

الإدارة العامة

دورية علمية متخصصة ومحكمة
يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة
الرياض - المملكة العربية السعودية

فى هذا العدد:

- **العوامل المؤثرة فى التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة.**

  د. أحمد بن عبد الرحمن الشميمري

- **محددات السلوك الإدارى فى اختيار السياسات المحاسبية فى ضوء النظرية الإيجابية: دراسة اختبارية فى الشركات المساهمة العامة فى الأردن.**

  أ. د. مؤيد محمد علي الفضل

- **الحماية الجنائية الموضوعية للحياة الخاصة من جرائم الإنترنت فى التشريع المصرى (مدعما بالأدلة الشرعية).**

  د. نهاد فاروق عباس

- **عرض نقدى لكتاب: إدارة المشاريع الافتراضية.**

  أ. د. محمد حسن شعبان

• المجلد السادس والأربعون • العدد الأول • محرم ١٤٢٧هـ • فبراير ٢٠٠٦م

بسم الله الرحمن الرحيم

ردمـــــــد : ٠٢٥٦-٩٠٣٥
ISSN. 0256-9035
رقم الإيداع : ٠١٣٧/ ١٤

الإدارة العامة

دورية علمية متخصصة ومحكمة
يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة
الرياض - المملكة العربية السعودية

في هذا العدد:

● المجلد السادس والأربعون ● العدد الأول ● محرم ١٤٢٧هـ ● فبراير ٢٠٠٦م

الإدارة العامة

• المجلد السادس والأربعون
• العدد الأول



دورية الإدارة العامة

ترحب الدورية بمشاركة الكتّاب والباحثين وتسعى إلى نشر إنتاجهم من البحوث والدراسات والمقالات العلمية، وكذلك نشر ملخصات الرسائل الجامعية وعروض الكتب وفقًا للشروط والقواعد والمواصفات التالية:

- الإدارة العامة دورية علمية متخصصة ومحكمة لا تقبل الأعمال التى لا تتبع الأسلوب والمنهج العلمى فى الكتابة.
- تنشر الدورية الأعمال العملية المتصلة بحقل الإدارة وحقول المعرفة الأخرى ذات العلاقة بها، التى لم يسبق نشرها أو تقديمها للنشر إلى جهات أخرى.
- يتم عرض جميع الأعمال العلمية المقدمة للنشر فى الدورية على هيئة تحرير الدورية، ويرسل الملائم منها بشكل سرى إلى محكمين متخصصين فى موضوع العمل العلمى.
- تُشعر الدورية صاحب العمل العلمى المقبول بموعد نشره، كما تزوده بنسختين من الدورية بعد صدورها وعشر مستلات من العمل المنشور.
- العمل الذى يقدم للدورية لا يعاد لكاتبه.
- تصرف مكافأة رمزية عن العمل العلمى الذى يجاز نشره.
- لا يعاد نشر أى عمل علمى نشر فى الدورية بأى شكل من الأشكال أو بأى لغة فى أى جهة أخرى إلا بإذن خطى من رئيس التحرير.
- فى حالة استخدام أداة لجمع البيانات، يجب إرفاق الأداة مع العمل العلمى.
- تعبّر الأعمال التى تنشر فى الدورية عن آراء كاتبيها، ولا تعبّر بالضرورة عن رأى المعهد.

توجه المراسلات المتعلقة بالتحرير إلى العنوان التالى:

مركز البحوث، معهد الإدارة العامة - الرياض ١١١٤١، المملكة العربية السعودية

رئيس تحرير دورية (الإدارة العامة) - هاتف: ٤٧٨٧٥٧٢

سكرتير التحرير هاتف: ٤٧٤٥٠٨٧ - فاكس: ٤٧٤٥٥٤١

E-mail : journal@ipa.edu.sa

www.ipa.edu.sa/research

قواعد النشر فى الدورية

يراعى فى الأعمال المقدمة للنشر فى الدورية أن تكون متّسمة بالجدة والأصالة والموضوعية، ومكتوبة بلغة عربية سليمة وأسلوب واضح مترابط، مع الالتزام بما يلى:

١ – نسخ العمل العلمى بواسطة الحاسوب وبمسافات مزدوجة بين الأسطر، مع ترك مسافة (٤) سم على الهامشين وكذلك مسافة (٤) سم فى أعلى وأسفل الصفحة.

٢ – ألا يزيد حجم العمل المقدم على (٤٠) صفحة ولا يقل عن (٢٠) صفحة بما فى ذلك قائمة المراجع والملاحق.

٣ – بعد استكمال إجراءات التعديل وقبول العمل العلمى فى الدورية يقدم مطبوعًا على قرص الحاسب حسب المواصفات الفنية لنسخ دورية الإدارة العامة.

٤ – ترتب صفحات العمل العلمى حسب التسلسل التالى:

- الغلاف، ويتضمن: عنوان البحث واسم الكاتب (باللغتين العربية والإنجليزية)، الوظيفة التى يشغلها، وكذلك جهة العمل.
- الصفحة الأولى، وهى بداية المتن أو النص، وتأخذ رقم (١).
- يستمر تسلسل ترقيم صفحات العمل العلمى حتى نهاية قائمة المراجع والملاحق.

٥ – يكون لكل عمل علمى مستخلصان: أحدهما بالعربية والآخر بالإنجليزية على ألا يتجاوز عدد كلمات كل منهما (٢٠٠) كلمة، ويراعى أن يتضمن المستخلص: أهداف البحث (العمل العلمى)، مشكلة البحث، منهج البحث، النتائج التى توصل إليها البحث.

٦ – ترفق السيرة الذاتية لمعد العمل فى صفحة منفصلة بحيث تشمل: الاسم والعنوان، الدرجة العلمية والتخصص، العمل الحالى وجهته، وأهم الإنجازات العلمية.

٧ – التوثيق العلمى: يجب أن يراعى فى عملية التوثيق العلمى أثناء الاقتباس وكذلك عند كتابة قائمة المراجع الشكل الإجرائى التالى:

أ – الاقتباس:

- عندما يكون الاقتباس عامًا فإنه يشار إلى مصدر / مصادر اقتباس الفكرة وذلك بوضع الاسم الأخير للمؤلف / للمؤلفين، وسنة النشر بين قوسين:

(الحمد، ١٤١٢هـ) . (Deming, 1986)

- عند الاقتباس أو الاستشهاد بمرجع سبقت الإشارة إليه فى متن البحث، يذكر اسم المؤلف أولاً ثم توضع سنة النشر بين قوسين:

، الحمد (١٤١٢هـ) . Deming (1986) ،

- إذا ورد اسم المؤلف فى نفس الفقـرة بحـيث لا يمكن الخلط بينه وبين دراسـات أخرى فإنه يكتفى بذكر اسم الكاتب فقط:

وقد وجد الحمد أيضًا ...

وقد وجد Deming أيضًا ...

- عند الاقتباس أو الاستشهاد بالعديد من المصادر المختلفة، توضع أسماء المؤلفين وسنوات النشر بين قوسين:

(الحمد، ١٤١٣هـ؛ السنارى، ١٤١٥هـ).

(Selye, 1984; Deming, 1986; Sallis, 1993)

- عند الاقتباس أو الاستشهاد بأكثر من مرجع لمؤلف واحد وفى نفس العام، يميز بين المراجع باستخدام ترتيب الأحرف الهجائية لكل مرجع، بحيث توضع هذه الأحرف بعد سنة الإصدار مباشرة:

(الحمد، ١٤١٣ أ)، (الحمد، ١٤١٣ ب) .

(AL-Hamad, 1994b)   (AL-Hamad, 1994a)

- عند الاقتباس من عمل لأكثر من مؤلف تذكر فى المرة الأولى الألقاب (الأسماء الأخيرة) لجميع المؤلفين تليها سنة النشر بين قوسين:

خليفة، الحسن، وأنس (١٤١٦هـ)

Williams, Jones, Smith, and Bradner (1983)

- وفى المرات التالية يذكر اللقب (الاسم الأخير) للمؤلف الأول تليه عبارة وآخرون تليها سنة النشر بين قوسين:

خليفة وآخرون. (١٤١٦هـ)

Williams et al. (1983)

- عندما يكون الاقتباس نصًا يذكر رقم صفحة أو صفحات الاقتباس بعد سنة النشر مباشرة:

(الحمد، ١٤١٣: ١٤٤)   (Deming, 1986: 9)

الحمد، (١٤١٣: ٢٠)   Deming, (1986: 30)

ب - إعداد قائمة المراجع العلمية:

- يضمن أى مرجع يشار إليه فى متن البحث أو الدراسة فى قائمة المراجع.
- تصنف المراجع العلمية فى قائمة واحدة مهما كانت مصادرها: دوريات، كتب، نشرات رسمية، مجلات ... إلخ. وتوضع المراجع العربية فى صفحة مستقلة تليها المراجع الأجنبية فى صفحة أخرى. وترتب المراجع هجائيًا حسب الاسم

(الأخير للمؤلف)، سنة النشر، عنوان الكتاب أو البحث، المدينة / الدولة، الناشر، وذلك على النحو التالى:

- **البحوث والدراسات :**

الطويل، محمد (١٤١٠). "التجربة الخليجية فى مجال التدريب الإدارى ومشكلاته"، **الإدارة العامة،** الرياض: معهد الإدارة العامة، ٦٥: ٧-٥٠.

Wolf, R. (1994). "Organizational Innovation: Review, Criticue and suggested research ditections". **Journal of Management Studies,** 31 : 405 - 431.

ج - الكتب:

- هيجان، عبدالرحمن (١٤١٩هـ). **ضغوط العمل: منهج شامل لدراسة مصادرها ونتائجها وكيفية إدارتها.** الرياض: معهد الإدارة العامة.

Schein, E.H. (1992). **Organizational Culture and Leadership,** San Francisco: Jossey - Bass

د - فصل فى كتاب:

- الشقاوى، عبدالرحمن (١٤١٦). أجهزة التنمية الإدارية. فى محمد الطويل وآخرون، **الإدارة العامة فى المملكة العربية السعودية.** الرياض: معهد الإدارة العامة. ص ص. ١٤٥-١٧٤.

هـ - النشرات والوثائق الرسمية:

- **التقرير الإحصائى السنوى (١٤٢٠).** الرياض: وزارة المالية والاقتصاد الوطنى.
- **نظام معهد الإدارة العامة** الصادر بالمرسوم الملكى رقم (٩٣) وتاريخ ١٣٨٠/١٠/٢٤هـ.
- **قرار مجلس الوزراء رقم (٥٢٠)** وتاريخ ١٣٨٣/٧/٥هـ بشأن تشكيل لجنة عليا للإصلاح الإدارى ولجنة إدارية تحضيرية.

و - الرسائل الأكاديمية:

- Almaayoof, S. M. (1993). **Factors Influeneing the Utilization of IPA Consultations by Saudi Public Sector Organizations.** Unpublished doctoral dissertation, University of Pittsburgh, Pittsburgh, USA.

٨ - الملاحق: توضع الملاحق بشكل مستقل بعد نهاية المراجع مباشرة.

التوثيق من مصدر إلكترونى

أولاً - الدوريات:

١ - المقالة المنشورة على شبكة المعلومات (الإنترنت) ولها مصدر ورقى:

عند الاطلاع على المقالة توضع أقواس بعد عنوان المقالة كما هو مبين فى المثال التالى:

VendenBos, G., Knapp, S., & Doe, J.
(2001). Role of reference elements
In the Selection of resources by
Psychology undergraduates [Elctronic
Version]. Journal of *Bibliographic
Research,* 5,117-123

❖ إذا كان هناك اختلاف بين الأصل الورقى والنسخة الإلكترونية يكون التوثيق على النحو التالى:

VendenBos, G., Knapp, S., & Doe, J.
(2001). Role of reference elements
In the Selection of resources by
Psychology undergraduates [Elctronic
Version]. *Journal of Bibliographic
Research,* 5,117-123
Retrieved October 13,2001,

From http://jbr.org/article.html

٢ - المقالة المنشورة فى دورية على شبكة المعلومات (الإنترنت) فقط:

Frecrichson, B.L. (2000, March7)
Cultivating positive emotions to optimize
Health and well-being. Prevention &
Treatment, 3 Articles 0001a. Retrieved
November 20, 2000, from
http://journals.apa.org/prevention/volume3/pre0030001a.html

٣ - نسخة إلكترونية لمقالة كتبها من ثلاثة إلى خمسة كُتّاب فى دورية مسترجعة من قاعدة بيانات:

Broman, W. C., Hanson, M.A., Oppler,
S.H., Pulakos, E.d., & White, L.A.
(1993). Role of early supervisory
experience in supervisor performance.

journal of applied Psychology, 78,
443-449. Retrived October 23.2000,
from PsycARTICLES database.

ثانيًا - الوثائق غير الدورية المنشورة على شبكة المعلومات (الإنترنت):

١ - المقالة المنشورة فى نشرة إخبارية على شبكة المعلومات (الإنترنت) فقط:

Glueckauf, R.L., Whitton, J., Baxter, J., Kain, J., Vogelgesang, Hudson, M., et al. (1998, July). Videocounseling for Families for rural teens with epilepsy-- Project update. *Telehealth News, 2(2)* Retrieved form http://www.telehealth.net/subscribe/newsletter4a.html

٢ - وثيقة واحدة لم تتم الإشارة فيها إلى الكاتب والتاريخ:

GYUth WWW user survery. (n.d.). Retrieved August 8, 2000,from http://www.cc.gates.edu.gvu/usersurvey/survey 1997-10/

٣ - وثائق البرامج أو الأقسام الجامعية الموجودة على موقع الجهة على شبكة المعلومات (الإنترنت):

Chou,L.,McClintock, R., Moretti, F., &Nix, D.H. (1993). Technology and education: New wine in bottles: Choosing pasts and imagining educational futures. Retrieved August24,2000, form Colombia University, institute for learning Technologies Web site: http://www.ilt.columbia.edu/publications/papers.newwinel. htm 1

قواعد نشر عروض الكتب:

أ - شروط عامة:

- أن يكون الكتاب فى أحد مجالات العلوم الإدارية والعلوم الأخرى ذات العلاقة.
- أن يكون معد العرض النقدى متخصصًا فى نفس المجال العلمى للكتاب.
- ألا يكون قد سبق تقديمه للنشر فى دورية أخرى.
- أن يكون الكتاب مرجعيًا وحديث النشر
- أن يرسل أصل الكتاب مع العرض.

ب - محتويات العرض النقدى:

١ - بيانات عن الكتاب:

- العنوان
- المؤلف
- الناشر وعنوانه
- تاريخ النشر، ISBN/ ردمك، عدد الصفحات

٢ - مقدمة:

- أهمية الكتاب.
- الفئة (الفئات التى يخاطبها الكتاب).
- لماذا اخترت هذا الكتاب دون غيره؟
- كيف يقارن هذا الكتاب بالكتب المناظرة له فى نفس المجال (هل يتفوق عليها؟ هل يكملها؟).

٣ - عرض محتويات الكتاب:

- توضيح مجال الكتاب وأهدافه وعرض للموضوعات التى تناولتها فصول الكتاب فصلاً فصلاً بطريقة موجزة؛ مع مراعاة التوازن بين هذا الجزء والجزء الذى يليه المتعلق بالعرض النقدى للكتاب.

٤ - العرض النقدى للكتاب:

- تحليل ونقد لأهم القضايا والأفكار العلمية التى تناولها الكتاب مع الاستشهاد بأمثلة واقتباسات من الكتاب عند الحاجة إلى تأييد وجهة نظر معينة:

- حرفية تناول الموضوعات (المنهجية المتبعة فى تناول الموضوعات، طريق استخدام مصادر المعلومات، تنظيم العمل، طريقة التقديم ... إلخ).
- جودة أسلوب الكتاب.

❖ قدرة الكاتب على توضيح ما يريد بيانه.

❖ الإسهامات العلمية التى قدمها الكتاب (هل يقدم الكتاب شيئاً جديداً أو يتناول المعارف الحالية بطريقة جديدة تساعد على الاستفادة منها بصورة أفضل؟).

❖ مناقشة السلبيات الموجودة فى العمل - إن وجدت - بطريقة علمية موضوعية، دون التعرض لشخص المؤلف، مع مراعاة التعامل مع الأهداف التى وضعها الكاتب لكتابه وليس الكتاب الذى يتمنى قارئه أن يكون المؤلف قد كتبه.

❖ أية نقاط تقترح إضافتها للكتاب عند إعادة طبعه لإثراء موضوع الكتاب.

٥ - خاتمة: تلخص أهم ما قدمه العرض النقدى من إسهامات.

٦ - قائمة بأهم المراجع: التى حواها الكتاب إلى جانب أى مراجع أخرى مهمة - إن وجدت - قد تفيد قارئ العرض.

ملخصات الرسائل الجامعية:

يراعى فى الرسائل الجامعية أن تكون حديثة ولم يمض على تاريخ الحصول عليها أكثر من ثلاث سنوات، وألا يزيد عدد صفحات الملخص على (٢٠) صفحة، مع الالتزام بما يأتى:

١ - مقدمة لبيان أهمية موضوع البحث.

٢ - ملخص لمشكلة (موضوع) البحث وكيفية تحديدها.

٣ - ملخص لمنهج البحث وفروضه وعينته وأدواته.

٤ - ملخص للدراسة الميدانية (التطبيقية) وأهم نتائجها.

٥ - خاتمة لأهم ما وصل إليه الباحث من نتائج وتوصيات.

٦ - قائمة بالمراجع.

المواصفات الفنية لنسخ البحوث والدراسات والمقالات المقدمة للدورية

أولاً - المتن:

١ - مقاس المتن (١٢سم عرضًا × ١٧,٥سم ارتفاعًا) + ١سم لترقيم الصفحة، بحيث يصبح الارتفاع النهائى ١٨,٥سم.

٢ - ينسخ المتن بخط آريل Arial عادى (١٤) على الويندوز أو منى عادى (١٤) على بيئة الماكنتوش.

٣ - إدخال بداية الفقرة (٠,٦) سم.

٤ - المسافة الرأسية بين الفقرات تعادل (١,٥) من المسافة بين السطور.

٥ - المتن المتضمن كلمات أجنبية يجب أن ينسخ بخط تايمز عادى بحجم (١٢).

٦ - ينسخ التهميش (التعليق) العربى - إن وجد - فى ذيل الصفحة بخط آريل Arial عادى (١٠) على الويندوز أو منى عادى (١٠) على بيئة الماكنتوش.

٧ - فى الفقرات المرقومة يجب أن تترك شرطة (-) بين الرقم والفقرة.

٨ - فى الفقرات المرقومة التى تتكون من أكثر من سطر يجب أن يبدأ السطر الثانى وما يليه مع بداية المتن وليس مع الرقم. مثال:

١ - الخطوة الأولى فى التحليل الهرمى: هى تجزئة المشكلة ووضعها فى شكل هرمى وذلك بتحديد المعايير المؤثرة فى اتخاذ القرار والبدائل التى تتم مقارنتها.

ثانيًا - العناوين:

١ - ينسخ العنوان الرئيسى بخط آريل Arial أسود (٢٠) على الويندوز أو منى أسود (٢٠) على بيئة الماكنتوش.

٢ - يصف العنوان الفرعى بخط آريل Arial أسود (١٦) على الويندوز أو منى أسود (١٦) على بيئة الماكنتوش.

٣ - يصف العنوان المتفرع (الأول) بخط آريل Arial أسود (١٤) على الويندوز أو منى أسود (١٤) على بيئة الماكنتوش.

٤ - يصف العنوان المتفرع (الثانى) وما يليه بخط آريل Arial عادى (١٤) على الويندوز أو منى عادى (١٥) على بيئة الماكنتوش.

ثالثا - الجداول والأشكال:

١ - ينسخ عنوان الجدول أو الشكل بخط آريل Arial أسود (١٤) على الويندوز أو منى أسود (١٤) على بيئة الماكنتوش.

٢ - ينسخ رأس الجدول بخط آريل Arial أسود (١٢) على الويندوز أو منى أسود (١٢) على بيئة الماكنتوش.

٣ - تنسخ بيانات الجدول بخط آريل Arial عادى (١٢) على الويندوز أو منى عادى (١٢) على بيئة الماكنتوش.

٤ - إذا كان هناك مجموع فى نهاية الجدول ينسخ بخط آريل Arial أسود (١٢) على الويندوز أو منى أسود (١٢) على بيئة الماكنتوش.

رابعًا - المراجع:

١ - تصف المراجع العربية فى آخر البحث أو المقال بخط آريل Arial عادى (١٢) على الويندوز أو منى عادى (١٢) على بيئة الماكنتوش.

٢ - تصف المراجع الأجنبية فى آخر البحث أو المقال بخط تايمز عادى بحجم (١٠).

المحتويات	الصفحة
• العوامل المؤثرة فى التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة.	
د. أحمد بن عبدالرحمن الشميمري	١
• محددات السلوك الإدارى فى اختيار السياسات المحاسبية فى ضوء النظرية الإيجابية: دراسة اختبارية فى الشركات المساهمة العامة فى الأردن.	
أ. د. مؤيد محمد علي الفضل	٤٩
• الحماية الجنائية الموضوعية للحياة الخاصة من جرائم الإنترنت فى التشريع المصرى (مدعمًا بالأدلة الشرعية).	
د. نهاد فاروق عباس	١٠١
• عرض نقدى لكتاب: إدارة المشاريع الافتراضية.	
أ. د. محمد حسن شعبان	١٤٧

العوامل المؤثرة في التوجه التسويقى
فى المنشآت الصغيرة

الدكتور أحمد بن عبدالرحمن الشميمري
أستاذ الإدارة والتسويق المشارك
عميد الدراسات العليا - جامعة القصيم

● دورية الإدارة العـــامـــة
● المجلد السادس والأربعون
● العـــــــــدد الأول
● محـــــرم ١٤٢٧هـ
● فبــــــراير ٢٠٠٦م

العوامل المؤثرة فى التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة

د. أحمد بن عبدالرحمن الشميمري*

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى إدراك المنشآت الصغيرة لمفهوم التوجه التسويقي وتطبيقها له باعتباره أحد المفاهيم التسويقية الحديثة التى تعنى بالعميل وتتمحور حوله. وتعتبر هذه الدراسة امتداداً للدراسات التى تعنى بموضوع التوجه التسويقى، وتقترح نموذجاً نظرياً لاختبار العلاقة بين مبدأين رئيسين، وهما موقف إدارة المنشأة من التوجه التسويقى، وسلوك المنشأة الصغيرة الذى يعكس توجهها التسويقى.

وقد قسمت الدراسة إلى قسمين، يعنى القسم الأول ببناء الخلفية النظرية ومراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بالموضوع. ثم يستعرض هذا القسم النموذج النظرى المقترح لكى يستخدم فى اختبار التوجه التسويقى بين المنشآت الصغيرة.

أما الجزء الثانى من الدراسة فخصص لاستعراض النتائج العامة للدراسة الميدانية المجراة على عينة من المنشآت الصغيرة فى مدينة الرياض بلغت (١٦٨) منشأة صغيرة. وقد أظهرت النتائج الأساسية للدراسة أن العوامل التى تؤثر فى التوجه التسويقى السلوكى هى الموقف من التوجه التسويقى، والمحددات الإدارية، وبساطة نظام الاتصالات، والعوامل المتعلقة بالعاملين، والتنظيمات الحكومية. كما أكدت الدراسة أن الصفات القيادية من أبرز الصفات التى تؤثر فى موقف المدير من التوجه التسويقى. أما العوامل المؤثرة فى أداء المنشأة فكانت التوجه التسويقى السلوكى والمدير الساعى إلى تحقيق أهداف المنشأة والمحددات الإدارية.

مقدمة وأهمية الدراسة:

يُعدُّ التوجه التسويقى حجر الزاوية للنظرية التسويقية الحديثة. وهو لب التفكير والتخطيط والتنفيذ الفعال للأساليب التسويقية فى المنظمات الساعية إلى الازدهار من خلال رضاء العملاء، وأحد المفاتيح المهمة التى تعين على عمل وأداء المنظمات. وتظهر أهمية التوجه التسويقى فى التعاريف المختلفة للتسويق نفسه، إذ يندر أن يتم تعريف التسويق دون الإشارة إلى التوجه التسويقى فيه. ويتزايد الاهتمام بالتوجه التسويقى نتيجة لتعدد الأدلة العلمية

* أستاذ الإدارة والتسويق المشارك - عميد الدراسات العليا - جامعة القصيم.

التى أثبتت العلاقة الطردية العالية بين التوجه التسويقى والنتائج الاقتصادية والتجارية الإيجابية فى أداء المنظمات وعملياتها (Hurley, R. and Hult, T., 1998; Appiah-adu, K., 1998; Lado, Nora, and Albert Maydeu-Olivares, 2001; Panayides, 2004). وباعتبار هذه الأهمية للتوجه التسويقى أُجرى العديد من الدراسات العلمية لاكتشاف ظاهرة التوجه التسويقى واختبارها باعتبارها فلسفة إدارية حاسمة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة فى أنها تقوم بدراسة مفهوم التوجه التسويقى بشقيه الموقفى (الاتجاهى) والسلوكى فى المنشآت الصغيرة التى تمثل الأغلبية الساحقة فى عدد المنشآت فى العالم العربى عامةً والمملكة العربية السعودية خاصةً، حيث تزيد نسبة المنشآت الصغيرة فيها عن (٩٠٪) من مجموع المنشآت (الخطة الخمسية السابعة ٢٠٠٠م - ٢٠٠٤م). فى حين أن هذه المنشآت تفتقر إلى الفهم العميق للأهمية التسويق فى تحقيق أهدافها ونموها المستمر. (الهيئة العليا للاستثمار ٢٠٠١م، الشميمرى ٢٠٠٣م). ومن المؤشرات التى تدل على قصور المنشآت الصغيرة وقلة إسهامها فى الناتج القومى فى المملكة العربية السعودية أن الصناعات الصغيرة فى المملكة تسهم بما نسبته (١٤٪) من قيمة الإنتاج الصناعى، وتستغل ما نسبته (٣٥٪) من الطاقة المستهلكة بواسطة الصناعة. كما أن إسهامها فى صادرات السلع الصناعية لا تتجاوز (٨٪). أما فى خلق فرص العمل فوفق إحصاءات وزارة العمل بلغت نسبة السعودة فى المنشآت الصغيرة (٢٪) فقط (الهيئة العامة للاستثمار ٢٠٠١م). وقد يكون من أحد أهم مسببات هذا القصور هو إهمال دور التسويق وتطبيقه فى هذه المنشآت؛ مما يستدعى وجود دراسات مستفيضة لتعميق أهميته.

مشكلة الدراسة:

تبرز فى أدبيات التوجه التسويقى قضيتان أساسيتان، إحداهما تتعلق

بالتمحور حول المفهوم وأهمية أن تكون الشركات ذات توجه تسويقي (Kohli and Jaworski, 1990, 1995; Narvor and Slater, 1990, 1993) أما القضية الثانية فتتعلق بتطبيقات التوجه التسويقي في المنظمات (Goodkin et al, 2002; White et al, 2001; O'case et al, 2001; Becherer et al; 2003). وهذه الدراسة تسعى إلى أن تجمع هاتين القضيتين بطرح نموذج لدراسة التوجه التسويقي الشامل في المنشآت الصغيرة.

وعلى الرغم من وفرة الدراسات في أدبيات التوجه التسويقي فهناك ندرة منها اكتفت بتطبيق التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة. كما لم ينم إلى علم الباحث وجود دراسة منشورة اهتمت بتطبيق التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية. ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى الإسهام لسد هذه الثغرة في أدبيات التسويق، وسوف تقوم بدراسة التوجه التسويقي من جانبين؛ أحدهما الموقف الاتجاهي (الموقف أو الاتجاه) Attitudinal، والسلوك التطبيقي (السلوك) Behavioral. كما تقترح نموذجاً معدلاً ليتناسب مع المنشآت الصغيرة على وجه العموم، والمنشآت الصغيرة في البيئة العربية.

وتقصد الدراسة بـ"الموقف" نحو التوجه التسويقي بأنه "شعور المنشأة الصغيرة نحو التوجه التسويقي"، أما "السلوك" "فهو الممارسات التسويقية التي تعكس مستوى التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة".

أهداف الدراسة:

يمكن تحديد أهداف هذه الدراسة بما يلي:

١- الكشف عن مستوى التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية.

٢- التعرف على العوامل المؤثرة في التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة.

٣- اختبار أثر التوجه التسويقى فى أداء المنشآت الصغيرة.

٤- الوصول إلى نتائج وتوصيات تسهم في دعم التوجه التسويقى لدى المنشآت الصغيرة.

وتحقيقاً لهذه الأهداف سوف تنقسم هذه الدراسة إلى قسمين أساسيين، يتم فى القسم الأول عرض الدراسات المتعلقة بالتوجه التسويقى فى أدبيات التسويق، واستعراض النماذج النظرية المساهمة فى قياس التوجه التسويقى ومن ثم تصميم النموذج المعتمد على الدراسات السابقة، والمناسب لقياس التوجه التسويق فى المنشآت الصغيرة. وأخيراً وضع فرضيات الدراسة وفق النموذج المقترح.

أما القسم الثانى من الدراسة فسوف يستعرض الدراسة الميدانية لهذا البحث ابتداءً من طريقة جمع البيانات، وتحديد عينة الدراسة، وأسلوب التحليل ثم استعراض النتائج الوصفية للعينة المشاركة، يلى ذلك اختبار الفروض واستعراض النتائج النهائيـة للدراسة، وأخيراً وضع التوصيات والمقترحات وفق النتائج التى توصلت إليها.

القسم الأول - الجانب النظرى:

مفهوم التوجه التسويقى:

يعد التوجه التسويقى إحدى القضايا المتنامية فى أدبيات التسويق. وقد مر هذا التوجه بمراحل تطور تاريخى حتى تكامل بصورته الحالية الحديثة. فقد سبق ظهور مرحلة التوجه التسويقى مرحلتان سابقتان، إحداهما مرحلة التوجه الإنتاجى، والأخرى مرحلة التوجه البيعى. وهذه المراحل الثلاث تعكس التطور التاريخى لمفهوم التسويق نفسه منذ الثلاثينيات الميلادية حتى عصرنا الحالى الذى تنامى فيه ما يسمى بالمرحلة الرابعة المتمثلة فى التوجه الاجتماعى للتسويق (Kotler et al 2001). ويعد الفارق الأساسى بين مرحلتى التوجه الإنتاجى والتوجه البيعى مقارنة بالتوجه التسويقى هو أن حاجات العميل ورغباته يتم

مراعاتها واعتبارها قبل بداية عملية التصنيع والإنتاج وفق التوجه التسويقى، فى حين أن التوجه الإنتاجى والبيعى يضع تلبية تلك الحاجات فى النهاية بعد عمليات التصنيع والإنتاج.

وقد تشكل التوجه التسويقى فى صورة فلسفة إدارية لمنظمات الأعمال فى الخمسينيات الميلادية (١٩٥٠ م) ليصبح تطوراً وردة فعل للتوجه الإنتاجى والبيعى المسيطر والسائد فى تلك الفترة. وقد ارتبط تعريف التوجه التسويقى بمفهوم التسويق نفسه حيث تتفق كثير من التعاريف المطروحة بأن التوجه التسويقى يعنى أن المنشآت ينبغى أن تهدف إلى إرضاء العميل فى جميع أنشطتها وعملياتها. وقد انعكست هذه الرؤية على التعاريف المقدمة، سواء كانت تلك التعاريف مفهومية أو إجرائية (Kotler, 2002; Liu, 1995; Siu, 1994; Kohli and Jaworski, 1990; Narvor and Slater, 1990) ومن تلك التعاريف الأولية الإجرائية المبنية على دراسة مستفيضة لأدبيات التسويق ما قدمه العالمان: Kohli and Jaworski (1990).

"التوجه التسويقى هو إنشاء نظام معلومات تسويقى عن احتياجات العميل الحالية والمستقبلية، تسهم فيه جميع أجزاء المنظمة، وتتبادل وتتيح هذه المعلومات فيما بينها، ومن ثم تستجيب لها".

الدراسات السابقة:

هناك عدة دراسات أجنبية أجريت لبحث أثر التوجه التسويقى فى أداء المنشآت، وأخرى لبحث أثره فى العاملين فى المنشآت، ودراسات أخرى لبحث أثره فى رضا العملاء. أما الدراسات العربية فعلى حد علم الباحث وجهده فى تتبع الدراسات المجراة على التوجه التسويقى فإنه لم يقف على دراسة واحدة، لذا فسيقتصر العرض على الدراسات الأجنبية. ومن تلك الدراسات الرائدة دراسة Kohli and Jaworski (1990) حيث طورا نموذجاً تتبع أثر التوجه

التسويقى فى أداء المنشآت، وقد اختارا عينتين من المنشآت لاختبار ثلاثة نماذج أساسية: أولها للكشف عن أثر التوجه التسويقى فى أداء المنشأة وفى العاملين بها، أما النموذج الثانى فللكشف عن متطلبات التوجه التسويقى، وأما النموذج الثالث فهو لاختبار أثر البيئة المحيطة فى التوجه التسويقى والأداء. وقد خلص الباحثان إلى أن التوجه التسويقى من أهم المؤثرات فى الأداء والربحية بغض النظر عن مدى تأثير البيئة المحيطة. هذا بالإضافة إلى تحديد عدة عوامل بيئية محيطة قسمها الباحثان إلى عوامل داخلية وأخرى خارجية تؤثر تأثيراً معنوياً فى التوجه التسويقى.

كما أجرى Narvor and Slater (1990) دراسة على عينة من (١٤٠) شركة فى الولايات المتحدة لقياس العلاقة بين مدى استخدام التوجه التسويقى والربحية، وقد وجدا أن هناك أثراً إيجابياً كبيراً للتوجه التسويقى فى العائد على الأصول للمنشآت. وقد أكدا أنه كلما زاد تطبيق المنشآت للتوجه التسويقى أدى ذلك إلى زيادة الربحية. كما أعاد الباحثان أنفسهما الدراسة على العينة نفسها بعد ثلاثة أعوام Narvor and Slater (1993a) لقياس أثر التوجه التسويقى فى نمو المبيعات، والعائد على الاستثمار، فبينت النتائج الأثر الإيجابى فى نمو المبيعات، فى حين لم يتم تأكيد أثره الإيجابى فى العائد على الاستثمار.

كما قام Narvor and Slater (1993b) بقياس أثر التوجه التسويقى فى رضا العملاء، وقد وجدا فى الدراسة أن الشركات ذات التوجه التسويقى الأعلى هى التى تحقق أعلى معدلات إعادة الشراء من قبل العملاء، فى حين أن الشركات ذات التوجه التسويقى المنخفض هى تلك الشركات التى حققت أقل نسبة من إعادة الشراء.

أما Ruekert (1992) فقد أجرى دراسة ميدانية لاختبار العلاقة بين التوجه التسويقى والأداء المالى على المدى الطويل لوحدات الأعمال فى شركات التقنية الأمريكية الكبيرة. وقد أكدت النتائج أن هناك علاقة طردية قوية بين التوجه

التسويقى والأداء المالى على المدى الطويل. كما أن ثمة علاقة بين موقف المديرين من التوجه التسويقى والأداء المالى على المدى الطويل. كما أكدت دراسة (1992) Ruekert أن هناك علاقة طردية بين التوجه التسويقى والرضا الوظيفى لدى العاملين.

أما (Fritz, 1996) فقد أجرى دراسته فى ألمانيا لقياس أثر التوجه التسويقى فى أداء المنشأة ككل، ومن خلال عينة قدرها (١٤٤) شركة صناعية توصل الباحث إلى أن التوجه التسويقى يعتبر عاملاً حاسماً فى نجاح الشركات وتحقيق أهدافها. وقد حدد الباحث هذا النجاح بأربعة مقاييس هى المنافسة، ورضا العملاء ,والاستمرارية والربحية طويلة الأجل.

وقام (Avlonitis and Gounaris, 1999) بدراسة ميدانية لاختيار مكونات التوجه التسويقى فى اليونان، وأشار الباحثان إلى أنه على الرغم من ثبات وجود علاقة طردية بين التوجه التسويقى وأداء المنشآت فى أدبيات التسويق، إلا أن فهم طبيعة التوجه التسويقى تحتاج إلى إيضاح أكثر. فهناك دراسات تركز على الجانب الفلسفى وأخرى تؤكد تمثيل الجانب السلوكى فى المفهوم. ولذلك فقد أوضح الباحثان فى دراستهما أن التوجه التسويقى يجب أن يؤصل علمياً بتكامل ثقافى بيئى مع سلوكيات المنظمات. وتوصلت الدراسة المجراة على (٤٤٤) شركة يونانية أن التوجه التسويقى تتحدد مكوناته بخصائص الشركة من جهة، وبخصائص السوق من جهة أخرى. وبعبارة أخرى فإن مكونات التوجه التسويقى تتحدد أولاً بفهم واستيعاب المنشأة لفلسفة التوجه التسويقى وقدرتها على تحليل المواقف والأنشطة قبل تطبيقها فى السوق، وثانياً بسلوك المنشأة نحو جمع المعلومات الكافية عن السوق وجميع مكوناته.

وفى دراسة (Lado and Maydeu-Olivares, 2001) أوصى الباحثان أنه على الرغم من تزايد أهمية البحوث المهتمة بالتوجه التسويقى فى أدبيات التسويق، إلا أن الدراسات المقارنة بين دول الاتحاد الأوروبى والولايات المتحدة الأمريكية

فى هذا الموضوع لا تزال قليلة جداً. وهذا الأمر يحد من عولمة إدراك وفهم وتطبيق التوجه التسويقى. وقد استهدف الباحثان فى دراستهما شركات التأمين فى كل من الاتحاد الأوروبى والولايات المتحدة الأمريكية لمقارنة أثر التوجه التسويقى فى الابتكار والتميز. وقد توصل الباحثان إلى أنه على الرغم من الاستجابة المختلفة للشركات بناءً على اختلاف البيئة، إلا أن ذلك لم يغير من أثر التوجه التسويقى بشكل عام فى الابتكار والتميز والأداء الابتكارى. بل أظهرت الدراسة أثراً إيجابياً عاماً وترابطاً طردياً بين التوجه التسويقى وكل من الابتكار والتميز والأداء الابتكارى فى كلا السوقين الأمريكى والأوروبى. وخلص الباحثان إلى أن النتائج تؤكد بوضوح أن تبنى مبادئ التوجه التسويقى يعد أحد أهم السبل لدعم كفاءة الأنشطة الابتكارية المختلفة فى المنشآت.

وفى دراسة White et al (2001) قام الباحثان بتقويم التوجه التسويقى فى المستشفيات فى الولايات المتحدة الأمريكية. وقد كان القياس المقارن لتقديم التوجه التسويقى محدداً فى فترتين زمنيتين هما عام ١٩٩٣م وعام ١٩٩٩م. وقد أوضحت النتائج أن التوجه التسويقى قد نقص عام ١٩٩٩م مقارنة بعام ١٩٩٣م. أما العوامل الخمسة المختارة لقياس التوجه التسويقى والمتمثلة فى: فلسفة الزبون، والتكامل التسويقى فى المنشأة، والمعلومات التسويقية، وتبنى* الإستراتيجيات التسويقية، وكفاءة العمليات التسويقية، فقد أوضحت الدراسة ثباتها النسبى فى الزمنين مع نقص قليل فى فلسفة الزبون عام ١٩٩٩م. وقد أوصى الباحثون بأن هذه النتائج مهمة جداً لمعرفة العلاقة بين إدارة الخدمة ومستوى التوجه التسويقى فى المنشآت وأهمية أن لا يكون هناك عزل أو عدم تكامل بينهما.

وهناك دراسة للباحثين (Darroch and McNaughton, 2003) ناقشا فيها ما وراء التوجه التسويقى، وأكدا أن المعرفة والمعلومات تعتبر المصادر الحساسة المؤثرة فى كلفة أعمال المنشآت. فالمعرفة الفعالة للمديرين هى العامل المهم الذى يمكن مصادر المنشآت كافةً من استخدامها بكفاءة وفعالية. وخلال هذه الدراسة

أكد الباحثان أن معرفة المديرين تعد العامل المؤثر فى خلق الميزة التنافسية المستمرة. وأوضحت نتائج الدراسة المجراة على منشآت مختلفة فى نيوزيلاندا أن الشركات صنفت إلى أربع فئات بناءً على مستوى معرفة المديرين. وأكدت أن المنشآت التى تبنت التوجه المعرفى للمديرين تفوق من حيث الربحية والابتكار تلك التى تركز على التوجه التسويقى وحده. وذهب الباحثان إلى أن التوجه التسويقى ما هو إلا جزء مما يمكن تسميته التوجه المعرفى للإدارة.

وفى دراسة Becherer et al (2003) أوضح الباحثون أن التوجه التسويقى يعتبر ثقافة تجاهد المنشآت من خلالها لخلق قيمة عالية لعملائها وعائد عالٍ فى أدائها، وذلك بالتركيز على حاجات العملاء والربحية الطويلة المدى. وبين الباحثون أن بعض الدراسات السابقة أكدت أن الشركات التى تبنت التوجه التسويقى بدرجة عالية تحسن لديها الأداء، فى حين لم تظهر دراسات أخرى ارتباطاً معنوياً بين الأداء والتوجه التسويقى. أما فيما يخص التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة على وجه الخصوص فإنه لم يُدرس بشكل كاف وعميق. ومن خلال دراستهم المجراة على أكثر من (٢٠٠) منشأة صغيرة فى الولايات المتحدة الأمريكية لقياس مستوى التوجه التسويقى فى تلك المنشآت وكذلك أثر الأداء، وصفات المنشآت وصفات المديرين على مستوى التوجه التسويقى فقد أكدوا ما توصل إليه السابقون. حيث بينت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين التوجه التسويقى والأداء، وأن هناك أثراً معنوياً بين صفات المنشآت وصفات المديرين فى مستوى التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة.

أما دراسة (Tang and Tang, 2003) التى أجراها الباحثان فى الصين فقد أكدا فيها أن مفهوم التوجه التسويقى الذى تم تطويره وتطبيقه فى العالم الغربى يبدو أنه قابل للتطبيق فى الصين أيضاً. وأوضح الباحثان أن الشركات الصينية تطبق ثلاثة أنماط من التوجه التسويقى هى: التركيز على المنافسين، والتوجه التسويقى الشامل، والتطوير. ويعتمد مقدار تطبيق الأنماط الثلاثة على خمسة عوامل هى: مدى رضا العملاء، والاهتمام الدقيق بخدمات ما بعد البيع،

والتبادل الاتصالى مع العملاء والمعلومات الخاصة بهم، ومعرفة المديرين بكيفية جعل موظفيهم على دراية بخلق القيمة المضافة للزبون، وكذلك التجاوب السريع لردود فعل المنافسة السوقية. وأخيراً بين الباحثان أنه بالرغم من أن الشركات التى تطبق أحد أنماط التوجه التسويقى قد سجلت مستويات إيجابية متفاوتة فى أداء المنشآت، إلا أن الدراسة لم تؤكد وجود صفات معينة لتلك المنشآت قد أثرت فى وجود هذا الترابط.

وفى دراسة (Panayides, 2004) أوضح الباحث أن أدبيات التسويق أكدت أهمية التوجه التسويقى سبيلاً لتحقيق أهداف المنظمات. وأن عدداً من الدراسات قد اختبرت العلاقة بين التوجه التسويقى والأداء فى المنشآت وأظهرت نتائج متفاوتة لكنها تؤكد فى الوقت نفسه وجود العلاقة بينهما. وقد ركزت دراسة الباحث على استكشاف العلاقة بين إستراتيجيات التسويق والأداء فى شركات النقل فى منطقة آسيا الباسفيك. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تجزئة السوق وأداء المنشأة. فى حين أنه لم تتأكد العلاقة الطردية بين التوجه التسويقى وتطوير الأداء فى تلك المنشآت.

أما دراسة (Verhees and Meulenberg, 2004) فركزت على المنشآت الصغيرة، وقد قدما الباحثان نموذجاً معقداً لبحث العلاقة المتداخلة بين التوجه التسويقى والابتكار الإنتاجى، وأداء المنشآت. وقد استخدم الباحثان مقاييس موضوعية لقياس الابتكار الإنتاجى بخلاف المقاييس الشائعة المعتمدة على مقاييس فردية وداخلية للمنشآت لتقيس الابتكار. وقد طبق الباحثان دراستهما على ١٥٢ محلاً للزهور فى هولندا. وأوضحت نتائج الدراسة أن النزعة الابتكارية لدى مالك المنشأة تتناسب طردياً مع التوجه التسويقى والابتكار وأداء المنشأة. كما أوضحت الدراسة أن المعلومات الخاصة بالعميل تؤثر فى الابتكار الإنتاجى.

وفى دراسة (Borjesson and Pahlston, 2004) قام الباحثان بمناقشة مفهوم التوجه التسويقى، وكذلك المقاييس المناسبة له. وأكدا أن جوهر التوجه

التسويقى هو التطبيق. والتطبيق فى حد ذاته أمر صعب تحقيقه ما لم تتهيأ له الظروف المناسبة فى المنظمات. وباختيار شركة فولفو للسيارات كعينة للدراسة أوضحت الدراسة أن دور المدير أساس فى تبنى التوجه التسويقى فى المنظمات. وحددت الدراسة عدة عوامل وكذلك عدة فرص أمام المديرين يمكن أن تؤثر فى تطبيق التوجه التسويقى فى المنظمات.

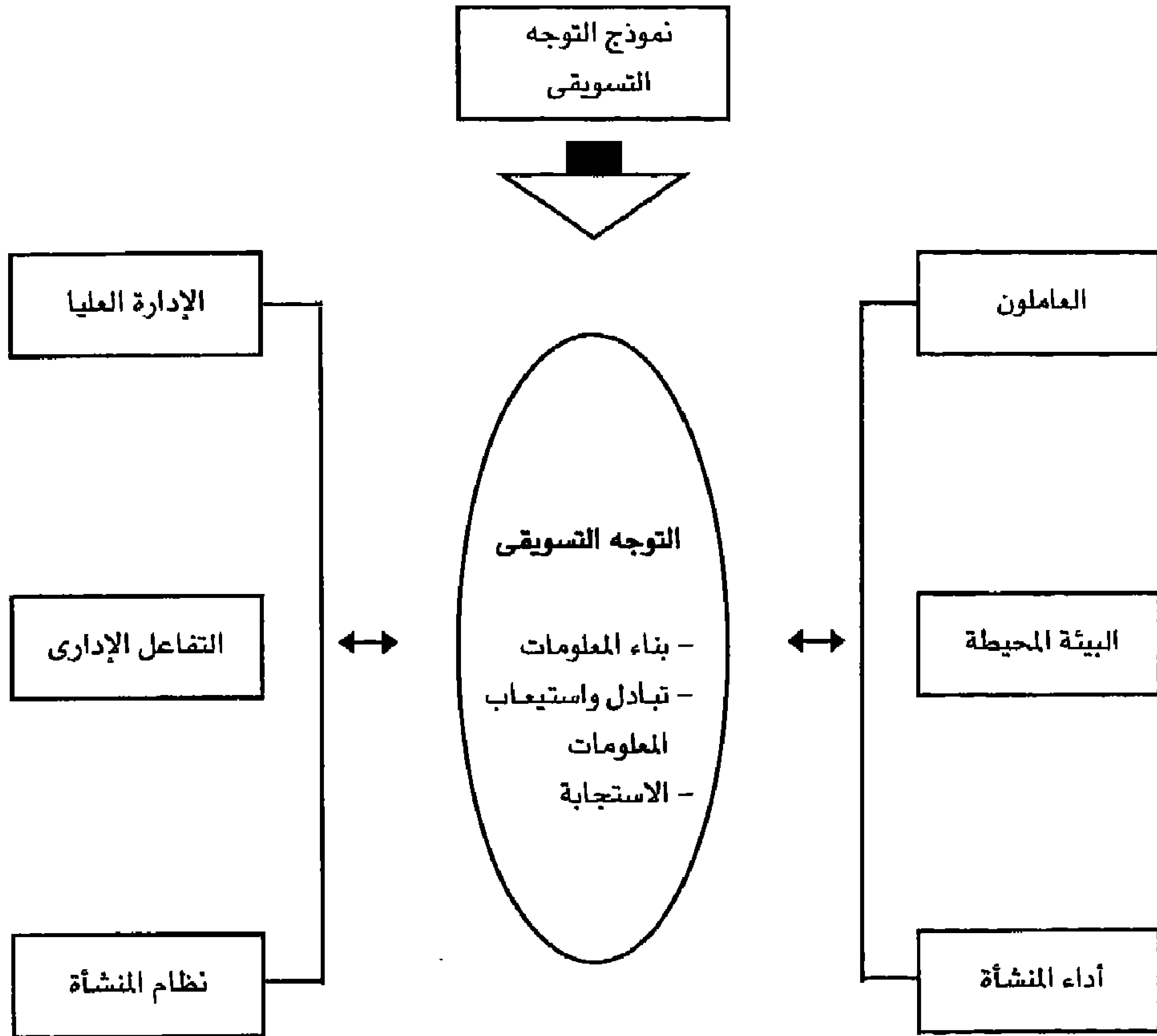
وختاماً فإنه يظهر من استعراض هذه الدراسات أن تلك الدراسات التى ركزت على المنشآت الصغيرة قليلة جداً. وهو ما أكده أيضاً Becherer et al (2003). كما يظهر أن تلك الدراسات تركز على قضيتين، إحداهما تتعلق بالمفهوم وتحديد أبعاده وأثره فى المنظمات، أما القضية الأخرى فتتعلق بتطبيقات التوجه التسويقى فى المنظمات فى أنشطة وبيئات مختلفة. ويلاحظ أنها ركزت معظمها على التطبيقات دون التركيز على الإسهام فى تطوير النموذج المقترح من قبل Kohli and Jaworski (1990) أو من قبل Narvor and Slater (1990). كما أن معظم هذه الدراسات لا تزال تعتمد على نموذجى هاتين الدراستين (Tang and Tang, 2003) وإضافة إلى هذه الدراسات فسوف تقوم هذه الدراسة بمساهمتين، الأولى تطبيق هذا المفهوم فى بيئة جديدة، والثانية هى اقتراح نموذج معدل ليتناسب مع المنشآت الصغيرة فى البيئة العربية.

نموذج الدراسة:

لقد أسهم أكثر من باحث فى وضع نموذج لدراسة العوامل المؤثرة على التوجه التسويقى فى المنشآت. ومن أولى الدراسات التى ناقشت تلك العوامل بشمولية دراسة Kohli and Jaworski (1990)، حيث اقترح الباحثان نموذجاً يتضمن العوامل التى تؤثر فى تطبيق مفهوم التوجه التسويقى فى المنشآت، كذلك النتائج الممكن الحصول عليها عند تطبيق التوجه التسويقى، وأخيراً علاقة التوجه التسويقى بأداء المنشأة.

ويظهر ذلك فى الشكل رقم (١):

الشكل رقم (١)
نموذج التوجه التسويقى



وقد اقترح الباحثان أن هناك متطلبات للتوجه التسويقى يمكن تصنيفها إلى ثلاثة عوامل أساسية هى: الإدارة العليا، والتفاعل الإدارى، ونظام المنشأة. فالإدارة العليا تؤدي دوراً مهماً فى تبنى التطوير والتحسين بشكل عام وتبنى التوجه التسويقى بشكل خاص. فالتعهد من قبل الإدارة العليا لتطبيق التوجه التسويقى المباشر يعد أحد المتطلبات الأولية إذ لا يمكن للمنشأة أن تتخذ قرارات إستراتيجية تجاه تطبيق هذا المفهوم دون موافقة ودعم وإقرار الإدارة العليا. أما التفاعل الإدارى فيعنى التفاعل والعلاقات الرسمية أو غير الرسمية بين الإدارات المختلفة فى المنشأة.

وأشار الباحثان إلى ثلاثة عوامل هى: تجاوز التعارض بين الإدارة، والتواصل بين الإدارات، ومراعاة الإدارة لمقترحات وآراء الإدارات الأخرى.

أما نظام المنشأة فيشمل صفات النظام المعينة أو المعوّقة أحياناً لتبنى التوجه التسويقى، ومن ذلك التمحور حول القسم، ومستوى الرسمية، ومستوى المركزية. وكل هذه العناصر الثلاثة تعد عوائق لتبنى التوجه التسويقى. أما الأنظمة التى تساعد على تبنى التوجه التسويقى فهى نظام المكافآت والحوافز والذى يجب أن يوجه للعاملين للوصول إلى الأداء المحقق للنتائج المطلوبة والمراعية لرضا العملاء والعمل على دعم هذا التوجه لديهم.

أما العوامل الخارجية فقد اقترح Kohli and Jaworski (1990) أربعة عوامل هى التغيرات فى السوق، والتغيرات فى التقنية، ومستوى المنافسة، والوضع الاقتصادى. هذه العوامل الأربعة تؤثر فى العلاقة بين التوجه التسويقى وأداء المنشآت سواءً كان التأثير إيجابياً أو سلبياً. كما اقترح الباحثان عدة متغيرات مراقبة عند اختبار العلاقة بين التوجه التسويقى والأداء. هى قوة المشترين، وقلة الموردين، وسهولة دخول السوق. وقد توصل الباحثان إلى أن التوجه التسويقى يتمثل فى المراحل التالية:

١- وجود إدارة أو أكثر تتبنى نشاطات تهدف إلى تطور فهم متطلبات العميل الحالية والمستقبلية. وهذه المرحلة تخلق فى المنشأة ما يسمى بـ "جمع وبناء المعلومات".

٢- مشاركة جميع الإدارات فى فهم وإدراك واستيعاب هذا المفهوم، وتسمى هذه المرحلة "تبادل واستيعاب المعلومات".

٣- مشاركة جميع الإدارات فى الأنشطة المصممة للوفاء بحاجات العملاء المختارين وتسمى هذه المرحلة "الاستجابة".

وتعتبر دراسة Kohli and Jaworski هى المحاولة الأولى التى قدمت تعريفاً مفهومياً وإجرائياً للتوجه التسويقى. وذلك بعد أن تكررت النداءات من قبل

الأكاديميين والباحثين والممارسين لتأكيد المفهوم وإيضاح لهذه الظاهرة. إضافة إلى المنهجية المنطقية المبنى عليها هذا النموذج قد صممت بعد دراسة مستفيضة لأدبيات ونظريات التسويق بالإضافة إلى المقابلات ذلك لوضع الفروض المختبرة ميدانياً خلافاً للدراسات السابقة. كما أن هذه الدراسة هى الدراسة الأولى التى أوضحت الفروق والتطبيقات للتوجه التسويقى من جانبه السلوكى. كما أن دراسة الباحثين هى الأولى التى أوضحت أن هناك متطلبات لتطبيق المفهوم، كما أن هناك نتائج مترتبة لتلك المتطلبات.

وفى حين أن أدبيات التسويق أوضحت أن التوجه التسويقى ما هو إلا تطبيق للمفهوم التسويقى الحديث، وهو ما يرتكز على ثلاثة أركان هى: التركيز على العميل والتنسيق التسويقى والربحية، فإن الباحثين قد وجدا أن التوجه التسويقى هو تطبيق للركنين الأوليين وهما التركيز على العميل والتنسيق التسويقى، أما الربحية فهى نتيجة تطبيق هذين الركنين.

ويؤكد Verhess and Meulenberg (2004) أصالة نموذج Kohli and Jaworski حيث يعتبر أساساً معتبراً لتبنى دراسة التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة. كما يؤكد Tang and Tang (2003) أن Kohli and Jaworski هما أول من أوضح أن التوجه التسويقى يعتبر مفهوماً متعدد الأبعاد. وعلى ضوء دراستهما المستفيضة ودراسات Narvor and Slater قامت عشرات الدراسات التى تعنى بدراسة التوجه التسويقى بالأبعاد المتعددة. وكانت معظم الدراسات تجرى فى الولايات المتحدة الأمريكية ثم سرعان ما انتقل اختبار ودراسة المفهوم فى بيئات أخرى.

ويشير Borjesson and Dahlsten (2004) إلى أن التوجه التسويقى ليس أسلوباً موجوداً أو غير موجود بمعنى أن تكون المنظمة إما متوجهة بالتسويق أو غير متوجهة بالتسويق، بل هو مفهوم مترى متدرج من أقل مستوى لتطور المفهوم فى المنظمة إلى أعلى مستويات تطور المفهوم فى المنظمة. ويضيف الباحثان أن

العوامل المؤثرة فى التوجه التسويقى عديدة ومختلفة، كما أن هناك عوائق مختلفة داخل وخارج المنظمة ينبغى دراستها واكتشافها. وهذه العوامل سواءً المساعدة أو المعوّقة للتوجه التسويقى لم تلق اهتماماً بحثياً كتلك العوامل المتعلقة بالأداء وعلاقته بالتوجه التسويقى وبالتالى فلا تزال هذه العوامل المساعدة أو المعوّقة غير مفهومة فى أدبيات التسويق.

ولذلك يؤكد الباحثان العودة إلى نتائج بحث Kohli and Jaworski (1990) الذى يؤكد أهمية دور القيادة الإدارية، والمخاطرة، والتداخل بين الأقسام، والاتصالات الإدارية بين الأقسام، والمركزية فى جمع المعلومات واستخدامها، ونظام التحفيز والتشجيع الداخلى فى التأثير فى التوجه التسويقى.

أما مدى مناسبة نموذج Kohli and Jaworski للمنشآت الصغيرة فإن هذا النموذج ينطلق من مفهوم التمحور حول العميل، الذى يعتبر حجر الزاوية لكل مشروع سواء كان كبيراً أو صغيراً. كما أن توفير المعلومات وجميع العوامل الخارجية المؤثرة فى توافر هذه المعلومات واستخدامها لإرضاء العميل يتساوى فيها المنظمات الكبيرة والصغيرة. إضافة إلى ذلك، فإن قياس مستوى التوجه التسويقى باعتباره سلوكاً يظل أمراً نسبياً متدرجاً عبر مستويات ودرجات متعددة متصلة وليس مقياساً مطلقاً (Borjesson and Dahlsten (2004 وهذا ما يجعله ممكن التطبيق فى المنشآت الصغيرة والكبيرة على حدٍ سواء. وأخيراً، فإن تعريف التوجه التسويقى يشير ضمناً إلى أن الفاعلية فى استخدام المعلومات اقتصادياً وتنافسياً يتطلب تركيزاً على العملاء المختارين وتوجيه جميع الجهود والأنشطة لتحقيق هذا الاستهداف. وهذا الأمر يجعل النموذج أكثر قرباً من المنشآت الصغيرة التى تميل إلى استهداف شريحة من العملاء بدلاً من التسويق الشامل.

وعلى الرغم من القول بذلك، فإن النموذج يتضمن بعض العوامل التى يصعب قياسها بدقة فى المنشآت الصغيرة مثل التفاعل مع الإدارات الأخرى فى المنشأة،

والمركزية. بالإضافة إلى أن حجم تأثير الإدارة العليا فى المنشآت الصغيرة من المتوقع أن يكون أكبر من التأثير فى المنشآت الكبيرة.

منهج الدراسة:

يتبع هذا البحث منهج اختبار الفروض، حيث تفترض الدراسة عدة فرضيات لبحث العلاقات بين أكثر من عامل لقياس التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة. وتحديداً هناك ثلاثة عوامل متغيرة سيتم اقتراحها وهى:

الموقف (الاتجاه) من التوجه التسويقى.

السلوك نحو التوجه التسويقى.

أداء المنشأة.

إضافة إلى ذلك فهناك متطلبات لاستحداث العوامل السابقة سيتم تصنيفها إلى ثلاثة أقسام هى:

١- المتغيرات الداخلية.

٢- المتغيرات الخارجية.

٣- صفات الإدارة العليا.

فالدراسة قد افترضت عدة علاقات بين ثلاثة متغيرات تابعة وعدة متغيرات مستقلة. فمن خلال النموذج المقترح افترضت الدراسة وجود نوعين من التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة، أحدهما موقفى والآخر سلوكى. ففى حين أن التوجه التسويقى السلوكى يعنى تطبيق التوجه التسويقى عملياً وينعكس بالأنشطة المحققة للتركيز على العميل والتمحور حوله، فإن الموقف من التوجه التسويقى ينعكس بميل وشعور الإدارة فى المنشأة الصغيرة نحو التوجه التسويقى.

فأما الموقف من التوجه التسويقى بوصفه عاملاً متغيراً (تابعاً) فقد افترضت الدراسة أنه يرتبط بصفات الإدارة العليا باعتبارها متغيرات مستقلة، ومنها التعليم، والخبرة، والتأهيل التسويقى، والخبرة القيادية وأهداف المدير.

وأما التوجه التسويقى السلوكى باعتباره متغيراً (تابعاً) فقد افترضت الدراسة أنه يتعلق بثلاثة عوامل من المتغيرات المستقلة هى: الموقف من التوجه التسويقى، والعوامل الداخلية (العوامل المتعلقة بالعاملين، مرونة الاتصالات الداخلية، محددات العمل، وعمر المنشأة)، والعوامل الخارجية (المنافسة فى السوق والتنظيمات الحكومية، والتغيرات التقنية).

أما المتغير التابع الثالث فهو "أداء المنشأة"، وقد تم قياسه بالمبيعات وبالأداء المالى بشكل عام، وبأداء المنشأة بصفة عامة. وقد افترضت الدراسة أن هذا المتغير له علاقة بالمتغيرات المستقلة الآتية: التوجه التسويقى السلوكى، محددات العمل، وأهداف القيادة (الإدارة العليا) والمنافسة.

وتجدر الإشارة إلى أن المتغيرات التابعة الثلاثة تشترك وتتداخل ويؤثر بعضها فى بعض. فالموقف الإيجابى من التوجه التسويقى يعتبر متطلباً للتوجه التسويقى السلوكى. كما أن التوجه التسويقى السلوكى يعتبر هو الآخر متطلب لتحقيق الأداء المناسب، كما أن بعض المتغيرات المستقلة ربما كان لها أثر فى أكثر من متغير تابع وبصورة أكبر، فعلى سبيل المثال فإن "أهداف المدير" تؤثر فى الموقف من التوجه التسويقى، والأداء، وكذلك فإن المنافسة فى السوق تؤثر فى التوجه التسويقى السلوكى، والأداء.

وعلى هذا تفترض الدراسة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى:

كلما زاد الميل أو الموقف من التوجه التسويقى فى المنشأة الصغيرة، زاد التوجه التسويقى السلوكى.

اتضح من الدراسات السابقة أن الموقف يعتبر متطلباً للتوجه التسويقى. وهذا يعنى أن السلوك الذى يعكس مستوى التوجه التسويقى فى المنشأة يتأثر بالميل والموقف من التوجه التسويقى (Kohli and Jaworski, 1990; Becherer et al, 2003). وهذا الافتراض ذو أهمية كبيرة للمنشآت الصغيرة التى تتأثر كثيراً بالمدير أو المالك الذى بدوره يؤثر فى كيفية إدارة المنشأة.

مع الإشارة إلى أن هذا الميل أو الموقف الذى يوجد لدى الإدارة فى المنشآت الصغيرة يتأثر هو أيضاً بصفات الإدارة العليا التى من أهمها التعليم، والمهارات الإدارية، والخبرة. وبحسب ما يراه Darroch and McNaughton (2003) فإن تعليم المدير يعتبر متطلباً لتبنى التوجه التسويقى. هذا التعليم ولو كان عاماً فإنه يؤثر فى التوجه والميل نحو التوجه التسويق. أما التعليم المتخصص فى التسويق فإنه أيضاً يؤثر فى الميل نحو التوجه التسويقى؛ لأن التخصص فى التسويق يؤهل المدير بمعرفة الفوائد الجمة التى يمكن أن تكتسبها المنشأة عندما تكون متوجهة بالتسويق Kohli and Jaworski (1990) وعلى هذا تأتى الفرضيتان التاليتان:

الفرضية الثانية:

كلما زاد مستوى تعليم المدير فى المنشأة الصغيرة زاد الميل والموقف نحو التوجه التسويقى.

الفرضية الثالثة:

كلما كان المرء متخصصاً فى التسويق، زاد ميله وموقفه تجاه التوجه التسويقى.

كما أظهرت بعض الدراسات أن الخبرة لها تأثير فى الميل نحو التوجه التسويقى. فمن المتوقع أنه كلما اكتسب المدير معلومات متراكمة من احتكاكه بالعملاء زادت من ميله نحو القرب من العملاء لتلبية احتياجاتهم. ويرى بعض الباحثين أن الخبرة العامة يمكن أن تقاس بعدد السنوات التى عمل فيها فى

مجال الأعمال (Darroch and McNaughton (2003)، فى حين أن الخبرة الإدارية ربما تكون أكثر أثراً لأنها تتيح للمدير المعرفة العميقة والتفصيلية بالمهام الإدارية المطلوبة لإدارة دفة المنشأة. وعلى هذا تأتى الفرضيتان التاليتان:

الفرضية الرابعة:

كلما زادت خبرة المدير بعدد السنوات فى المنشأة الصغيرة، زاد الميل والموقف نحو التوجه التسويقى.

الفرضية الخامسة:

كلما زادت الخبرة الإدارية للمدير فى المنشأة الصغيرة، زاد الميل والموقف نحو التوجه التسويقى.

ومن المتغيرات المتعلقة بالمدير والتى يمكن أن تؤثر فى الميل نحو التوجه التسويقى هى أهداف المدير وقد اقترح (Houston (1996 أن أهداف المدير سواء كانت موجهة نحو تحقيق الربح أو النمو والاستمرار أو الأغراض الشخصية تؤثر فى نظرته نحو التوجه التسويقى. فمن يسعى إلى تحسين أداء المنشأة سينظر إلى العلاقة مع العميل علاقة دائمة وطويلة تتطلب قرباً مستمراً وفهماً عميقاً، فى حين أن المدير صاحب الأهداف الشخصية ربما كان أقل حماساً نحو التوجه التسويقى. وعلى هذا تفترض الدراسة الفرضيتين التاليتين.

الفرضية السادسة:

أ . كلما كان هدف المدير فى المنشأة الصغيرة هو تحسين أداء المنشأة، زاد ميله إلى التوجه التسويقى.

ب . كلما كان هدف المدير فى المنشأة الصغيرة هو تحقيق أهدافه الشخصية قلَّ ميله إلى التوجه التسويقى.

أولاً - العوامل الداخلية:

هناك عدة عوامل داخلية تؤثر فى التوجه التسويقى. ومن تلك العوامل المحددات الإدارية مثل الموارد المالية ومرونة الاتصالات الإدارية، والعوامل المتعلقة بتحفيز العاملين، وعمر المنشأة. وبحسب ما افترضه Narvor and Slater (1990) فإن قلة الموارد المالية تقلل من درجة التوجه التسويقى؛ لأن التوجه التسويقى استثمار طويل الأجل ويحتاج إلى موارد مالية تصرف دون أن يكون لها مردود سريع وهو ما لا تتحمله المنشآت الصغيرة. وهو ما ينطبق أيضاً على الوقت والخبرة. أما مرونة نظام الاتصال فيرى الباحثان أن المرونة الاتصالية سوف تساعد على إنجاز الأعمال والتخلص من المحددات التنظيمية الرسمية التى ربما أعاقت الإنجاز السريع خاصة عندما تكون تلك الإنجازات متعلقة بمتطلبات أو حاجيات المستهلك المتقلبة. أما العوامل المتعلقة بتحفيز العاملين فإن إرضاء العميل يجب أن يسبقه إرضاء للعاملين أنفسهم، ولأن المنشأة الصغيرة لها خصوصيتها من حيث قلة عدد العاملين فيها فإن رضاهم سيكون له أثر كبير فى تبنيهم للتوجه التسويقى. وقد ذهبت بعض الدراسات إلى المناداة بما يسمى بالتوجه نحو العاملين ليكون أساساً فى بناء التوجه التسويقى (Siu and Wilson, 1995). ومن العوامل المؤثرة عمر المنشأة فكلما زاد عمر المنشأة، استطاعت أن تكتسب خبرات أكبر فى التعامل مع العملاء ومعرفة بالسوق ومتطلبات وكان ذلك أدعى إلى أن تتوجه نحو التوجه التسويقى. وعلى هذا تفترض الدراسة ما يلى:

الفرضية السابعة:

كلما زادت المحددات الإدارية مثل الموارد المالية، والوقت والخبرة، أمام المنشأة الصغيرة، قلّت درجة التوجه التسويقى لديها.

الفرضية الثامنة:

كلما كان هيكل الاتصالات الإدارى فى المنشأة الصغيرة مرناً زاد لديها التوجه التسويقى.

الفرضية التاسعة:

كلما تحسنت العوامل المتعلقة بالعاملين فى المنشأة الصغيرة مثل (الثقة والحوافز والتدريب) زاد لديها التوجه التسويقى.

الفرضية العاشرة:

كلما زاد عمر المنشأة الصغيرة، زاد لديها التوجه التسويقى السلوكى.

ثانياً - العوامل الخارجية:

هناك عدة عوامل خارجية يمكن أن تؤثر فى التوجه التسويقى. هذه العوامل تعتبر خارج نطاق سيطرة المنشأة لكنها تؤثر فى توجهها التسويقى السلوكى. ومن تلك العوامل المنافسة فى السوق، والتنظيمات الحكومية، والتغير فى التقنية (Kohli and Jaworski, 1993). فكلما زادت المنافسة فى السوق فمن المتوقع أن يزيد اهتمام المنشآت بالعميل، من ثم تزيد احتمالية التوجه التسويقى السلوكى فى المنشآت. أما التنظيمات الحكومية فربما كان أثرها عكسياً فى تبنى التوجه التسويقى السلوكى؛ لأن المنشآت لن يكون لديها الحرية فى طرح الخيارات والقرارات المتعلقة بعلاقتها بالعميل. أما سرعة التغير فى التقنية، فإن المنشآت عندما تعمل فى بيئة تتغير فيها التقنية بسرعة فإنها تحتاج أن تقترب من العميل المدرك لهذه التغيرات؛ وذلك لتلبية احتياجاته الحديثة. وعلى هذا تفترض الدراسة ما يلى:

الفرضية الحادية عشرة:

كلما سهل دخول المنشآت الصغيرة للسوق، زاد التوجه التسويقى السلوكى.

الفرضية الثانية عشرة:

كلما زاد عدد العملاء لدى المنشآت الصغيرة، زاد التوجه التسويقى السلوكى.

الفرضية الثالثة عشرة:

كلما زاد عدد المولين للمنشآت الصغيرة، زاد التوجه التسويقى السلوكى.

الفرضية الرابعة عشرة:

كلما زاد عدد المنافسين فى السوق، زاد التوجه التسويقى السلوكى لدى المنشآت الصغيرة فى هذه السوق.

الفرضية الخامسة عشرة:

كلما زادت التنظيمات المحددة لمرونة المنشآت الصغيرة، قل التوجه التسويقى لديها.

الفرضية السادسة عشرة:

كلما زادت سرعة تغير التقنية فى السوق، زاد التوجه التسويقى لدى المنشآت الصغيرة فى هذا السوق.

ثالثاً - التوجه التسويقى والأداء:

إن علاقة التوجه التسويقى بالأداء قد تم بحثها فى أكثر من دراسة فى أدبيات التسويق مثل (Panayides, 2004; Darroch and McNaughton, 2003; Becherer et al, 2003) وأكدت العلاقة الطردية بينهما. ولكن هناك بعض العوامل التى ربما تؤثر عكسياً فى هذه العلاقة مثل أهداف المدير، والمحددات الإدارية والمنافسة. فعندما يسعى المدير إلى تحقيق أهدافه الشخصية فليس من المتوقع أن يتحسن أداء المنشأة. وكذلك الحال بالنسبة للمحددات الإدارية، فكما أنها قد تؤثر سلباً فى التوجه التسويقى السلوكى فمن المتوقع أيضاً أن تؤثر سلباً فى أداء المنشأة. أما المنافسة فسيكون أثرها فى أداء المنشآت الصغيرة سلبياً. فبحسب ما يفترضه Porter (1980) فإن الدخول السهل للمنافسين للسوق وزيادة عددهم سوف يزيد من الضغوط على المنشأة وربما لن تتمكن المنشآت

الصغيرة من الصمود أمام المنشآت الأكبر، وكذلك الحال عندما يقل المولون أو العملاء. فحينما يقل عددهم ستكون قوة المفاوضة لديهم أكبر وضغوطهم على المنشأة أعظم؛ مما قد يؤدى إلى إضعاف أدائها. وعلى هذا تفترض الدراسة ما يلى:

الفرضية السابعة عشرة:

كلما زاد التوجه التسويقى السلوكى فى المنشآت الصغيرة، زاد أداء هذه المنشآت.

الفرضية الثامنة عشرة:

أ . كلما كان مدير المنشأة الصغيرة يهدف إلى تحقيق أداء أعلى للمنشأة، زاد مستوى تحسن الأداء فيها.

ب . كلما كان مدير المنشأة الصغيرة يهدف إلى تحقيق أهدافه الشخصية، قلّ أداء المنشأة.

الفرضية التاسعة عشرة:

كلما زادت المحددات والعوائق الإدارية أمام المنشأة الصغيرة، قلّ الأداء .

الفرضية العشرون:

أ . كلما سهل الدخول فى السوق، قلّ أداء المنشأة الصغيرة فى هذا السوق.

ب . كلما زادت قوة (عدد) العملاء قلّ أداء المنشأة الصغيرة.

ج . كلما زادت قوة (عدد) المولين، قل أداء المنشأة الصغيرة.

د . كلما زاد المنافسون فى السوق، قلّ أداء المنشآت الصغيرة فى هذا السوق.

وفيما يلى تلخيص لهذه الفرضيات السابقة يظهر فى الجدول رقم (١)

جدول رقم (١)
ملخص للفرضيات واتجاهاتها

م	العوامل المستقلة	الموقف من التوجه التسويقى	التوجه التسويقى السلوكى	أداء المنشأة
١	الموقف من التوجه التسويقى		+ H1	
٢	التعليم	+ H2		
٣	الخلفية التسويقية	+ H3		
٤	خبرة المدير بالسنوات	+ H4		
٥	الخبرة الإدارية	+ H5		
٦	السعى لتحقيق أهداف المنشأة	+ H6		+ H18A
٧	السعى لتحقيق الأهداف الشخصية	- H6B		- H18B
٨	المحددات الإدارية		+ H7	- H19
٩	بساطة ومرونة الاتصالات		+ H8	
١٠	العوامل المتعلقة بالعاملين		+ H9	
١١	عمر المنشأة		+ H10	
١٢	سهولة دخول السوق		+ H11	- H20A
١٣	عدد العملاء		+ H12	- H20B
١٤	عدد المولين		+ H13	- H20C
١٥	عدد المنافسين		+ H14	- H20D
١٦	التنظيمات الحكومية		+ H15	
١٧	سرعة تغير التقنية		+ H16	
١٨	التوجه التسويقى السلوكى			+ H17

= الفرضية الأولى ، (+) = علاقة موجبة، (-) = علاقة سالبة

القسم الثانى - الدراسة الميدانية:

وسيلة جمع المعلومات:

لقد تم استخدام الاستبانة لتكون وسيلة لجمع المعلومات الأولية اللازمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة وقد وجهت الاستبانة إلى مديرى المنشآت الصغيرة فى مدينة الرياض. وقد تم استخدام المقاييس المدرجة فى الاستبانة للتوافق مع ما وضعه الباحثون السابقون فى دراساتهم مثل Kohli and Jawoski (1993), Narver and Slater 1990, Ruekert (1992), Peng and Part (1994) مع التركيز على المقاييس التى وضعها Kohli and Jaworski (1990) وبعد تمحيص هذه المقاييس حُذف ما لا يتناسب مع بيئة المنشآت الصغيرة، وإضافة ما يتناسب معها، وترجمت وروجعت للتحقق من إعطاء الدلالة نفسها. وقد تم استخدام مقياس ليكرت Likert scale الشائع فى مثل هذه الدراسات والمتدرج من واحد إلى خمسة.

وحرصاً على التحقق من المصداقية الظاهرية للاستبانة فقد تم الاستنارة بآراء عضوين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين فى إحدى كليات الإدارة، وكذلك تم استشارة مركز البحوث فى الغرفة التجارية الصناعية بالرياض لإبداء الملاحظات حول الاستبانة بناءً على تجربتهم مع المنشآت الصغيرة. وبناءً على التغذية الراجعة تم تنقيح الاستبانة وتعديلها ثم تصميم النسخة النهائية منها. ثم خضعت البيانات إلى اختبار الاعتمادية (الثبات) Reliability للتأكد من الثبات الداخلى للعناصر المكونة لكل قياس وبعد استخدام مقياس كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha ظهرت نتائج التحليل أنها مقبولة وراوحت ما بين ٠,٩٢٨٦ لأعلى العناصر و٠,٥٢١٦ لأقلها، ولطبيعة البحث الاستكشافية تعتبر هذه النتائج مقبولة (Nunnely, 1978).

مجتمع وعينة الدراسة:

عند تحديد مجتمع الدراسة تبرز قضية جدلية تتعلق بتحديد معنى المنشآت الصغيرة. وفى الواقع فإنه لا يوجد تعريف محدد ودقيق للمنشآت الصغيرة وكيفية تحديدها. ولا تزال الدراسات العلمية تختلف فى تحديد ماهية المنشأة الصغيرة (الشميمرى ٢٠٠٣م). وإجمالاً فإن أدبيات الإدارة ركزت على طريقتين لتعريف المنشأة الصغيرة. إحداهما الطريقة الإحصائية والمسماة الطريقة الكمية، والطريقة الثانية هى الطريقة الاقتصادية والمسماة الطريقة النوعية (Krokoff and Fouss, 93). فأما الطريقة الاقتصادية فترتكز فى التفريق بين المنشأة الصغيرة و الكبيرة بالنظر إلى عدة عوامل أهمها الإدارة والملكية والعاملين والحصة السوقية. فالمنشأة الصغيرة هى تلك التى تمتلك حصة سوقية صغيرة، كما أنها مملوكة من قبل شخص أو أشخاص قليلين، وليس فيها نظام إدارى رسمى.

وأما الطريقة الإحصائية فتعتمد فى تحديد حجم المنشأة على عدة معايير أهمها عدد العاملين، وحجم المبيعات، وحجم الأصول، وحجم رأس المال، والعائد على الاستثمار. ويعيب هذه الطريقة مشكلة التعميم، فما يمكن أن تكون منشأة صغيرة فى إحدى الصناعات وفق هذه المقاييس ربما تكون كبيرة فى صناعة أخرى. فعندما نقرر أن منشأة فيها (١٠٠) عامل فى قطاع التصنيع تعتبر منشأة صغيرة، فربما كانت بهذا العدد منشأة كبيرة فى قطاع تجارة التجزئة. ولكن بالرغم من الانتقادات الموجهة لهذه الطريقة إلا أنها الأكثر استخداماً وشيوعاً لدى الباحثين وكذلك الجهات الرسمية فى الدول (Scase and Goffee, 1980)، وفى المملكة العربية السعودية يستخدم هذا المقياس لتحديد المنشأة الصغيرة، فعلى سبيل المثال تحدد الغرفة التجارية الصناعية بأنها تلك المنشآت التى يصل عدد العاملين فيها إلى أقل من (٢٠) عاملاً (الغرفة التجارية الصناعية ١٩٩٣م، وزارة العمل ١٩٩٩م).

وقد كان التركيز الأكبر فى هذه الدراسة على معيارين لتحديد المنشأة الصغيرة هما عدد العاملين، وحجم رأس المال المستثمر. فأما عدد العاملين فقد تم تبنت الدراسة المعيار الذى يعتبر أن المنشأة الصغيرة التى يكون عدد العاملين فيها (٢٠) فأقل. أما معيار حجم رأس المال فهى التى يقل رأس مالها عن مليون ريال (الغرفة التجارية الصناعية ١٩٩٣م، الهيئة العليا للاستثمار ٢٠٠١م). أما اختيار عينة الدراسة، فقد كان عبر استخدام دليل Kompass الصادر عن الناشر السعودى بالتعاون مع الغرفة التجارية الصناعية فى الرياض ٢٠٠١م. وقد تم اختيار (٥٥٠) عينة بطريقة عشوائية منتظمة من خلال صفحات الدليل بعد التأكد من مطابقتها للمعايير أو حذفها واختيار غيرها حسب الطريقة المنتظمة. وقد تم اختيار مدينة الرياض لقربها من الباحث، ولحصول الباحث على تسهيلات من قبل الغرفة التجارية الصناعية بالرياض لتوزيع الاستبانة، كما تعتبر مدينةً أقرب للتوازن من حيث تنوع الأنشطة الاقتصادية؛ فهى ليس كالدمام حيث تميل الأنشطة فيها للأنشطة الصناعية، وليست كجدة حيث تميل الأنشطة فيها إلى الأنشطة التجارية.

وقد تم مراسلة العينات المختارة عبر البريد وقد تضمن رسالة تشرح أهداف الدراسة ومرفقة كذلك بمظروف بطوابع جاهزة للرد مباشرة على عنوان الباحث. إضافة إلى ذلك فقد تم وضع رقم فاكس لتسهيل عملية الرد وضمان نسبة أكبر من الاستجابات. وبعد متابعة مستمرة لجمع الاستبانات تم جمع (١٧١) استبانة مما يجعل نسبة الاستجابة قدرها (٣٢ ٪) وهى نسبة متوقعة مقارنة بالدراسات السابقة وطبيعة البيئة العربية. وبعد التمحيص والتدقيق فى الاستبانات المسترجعة صلح منها للتحليل المناسب لطبيعة هذه الدراسة (١٦٨) استبانة.

أسلوب تحليل البيانات:

تحقيقاً لأهداف البحث فقد تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية المتاحة فى حزمة برنامج التحليل الإحصائى المعروف بـ SPSS. ومن تلك الأساليب تم استخدام التحليل الوصفى وما يندرج تحته من تحليل عبر النسب المئوية،

والتكرارات. وكان استخدام هذه الأساليب لوصف المفردات المشاركة فى الدراسة. ومن الأساليب الإحصائية المستخدمة فى هذا البحث اختبار كرونباخ ألفا لقياس مستوى الثبات (الاعتمادية) للمقاييس المستخدمة فى البحث. وقد سبق إيضاح نتائج استخدام المقياس فى القسم الخاص بوسيلة جمع البيانات. وفى القسم الثانى من التحليل تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد وما يندرج تحته من اختبارات مثل اختبار ت t-test واختبار ف F-test وذلك لتحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، واختبار قبول أو عدم قبول فرضيات البحث.

تحليل النتائج:

يبين الجدول رقم (٢) توزيع المنشآت المشاركة حسب النشاط ,ويتبين أن أكبر مجموعة مشاركة فى الدراسة هى المنشآت التجارية إذ بلغت نسبتها (٥٠,٦ ٪) من كامل مفردات الدراسة. ويلى هذه المجموعة المنشآت الصناعية حيث بلغ نسبة تمثيلها فى الدراسة (٣٠,٣٪) ثم المنشآت الخدمية بنسبة قدرها (١٦,١٪)، وأخيراً أنشطة أخرى كالأنشطة الزراعية وبلغت نسبتها (٣٪) من مفردات الدراسة.

جدول رقم (٢)
توزيع المنشآت المشاركة حسب القطاع

القطاع	عدد المنشآت المشاركة	النسبة
الصناعة	٥١	٣٠,٣
التجارة	٨٥	٥٠,٦
الخدمات	٢٧	١٦,١
أخرى	٥	٣
المجموع	١٦٨	١٠٠

اختبار الفروض:

لقد تم اختبار الفروض باستخدام تحليل الانحدار المتعدد لمعرفة مستوى العلاقات بين المتغيرات المستقلة، والمتغيرات التابعة وهى: الموقف نحو التوجه التسويقى، والتوجه التسويقى السلوكى وأداء المنشأة. وقد تم اعتماد بيتا (Beta) لتقييم أثر العوامل المستقلة على العوامل المتغيرة كما تم اعتماد R2 لمقارنة قدرة تفسير النموذج للظاهرة.

الفرضية الأولى:

أظهرت النتائج فى الجدول رقم (٤) أن الموقف من التوجه التسويقى له أثر إيجابى ذو دلالة معنوية على التوجه التسويقى السلوكى، وهو ما يؤكد ما افترضته الدراسة فى الفرضية الأولى. وهذا يعنى أن كلما زاد الموقف الإيجابى من التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة من قبل المدير، زاد تطبيق التوجه التسويقى فى المنشأة. كما تعنى هذه النتيجة ضمناً أن الموقف الإيجابى الكبير نحو التوجه التسويقى سوف ينعكس على التوجه التسويقى السلوكى فى المنشأة الصغيرة فى المملكة. وهى نتيجة متوافقة مع ما طرحته بعض الدراسات السابقة مثل دراسة Kohli and Jaworski (1990) أو Narvor and Slater (1990). ويبقى أن تتعرف الدراسة على المتغيرات التى تؤثر فى هذا الموقف ابتداءً. وهو ما سيتم اختباره فى الفرضيات التالية.

النموذج الأول:

الفرضية الثانية:

يظهر فى الجدول رقم (٣) أن نتائج الانحدار المتعدد أظهرت أن العناصر المستقلة البيئية المعنية بتقدير العلاقة بين الموقف من التوجه التسويقى مع صفات القيادة (الإدارة) استطاعت أن تفسر نحو (٢٩٪) من الظاهرة. وهى نسبة ذات دلالة إحصائية معنوية وفق اختبار ف (P = 0,00, F = 9.45) كما

تظهر النتائج قبول الفرضية الثانية حيث ظهرت العلاقة طردية كما تم اقتراحها وهذا يعنى أن المنشآت الصغيرة التى يقودها مدير بتأهيل علمى عالٍ (جامعى فما فوق) سوف يكون أكثر ميلاً إيجابياً نحو التوجه التسويقى. وبملاحظة أن السؤال لم يحدد أى تخصص بالنسبة للتأهيل العلمى فإن هذا يعنى أن المدير ذا التأهيل العلمى العالى سيكون أكثر إدراكاً لأهمية التركيز على العميل بغض النظر عن تخصصه العلمى. وهذه النتيجة تعتبر نتيجة متناسقة ومتوافقة مع دراسة Robinson and Sexton (1994) ودراسة Borjesson and Pahlston (2004) ودراسة الشميمرى (٢٠٠٣م) التى أوضحت أهمية تعليم المدير لتحقيق النجاح فى التسويق.

الفرضية الثالثة:

أوضح الجدول رقم (٣) أن الفرضية الثالثة مقبولة؛ لأنه كلما كان المدير متخصصاً فى التسويق، زاد ميله نحو التوجه التسويقى. وهذه نتيجة منطقية؛ إذ إن الخلفية التسويقية سوف تدفع المدير إلى تبنى الأساليب التسويقية الحديثة ثم الميل نحو التوجه التسويقى بخلاف المدير الذى لا يملك هذه الخلفية. كما تأتى هذه النتيجة متوافقة مع افتراض الباحث وداعمة لنتائج دراسة Darroch and McNaughton (2003) التى تؤكد دور التخصص الإيجابى فى التأثير فى التوجه التسويقى.

الفرضيتان الرابعة والخامسة:

لقد أوضح الجدول رقم (٣) أن العلاقات بين جميع أنواع الخبرات (السنوات، الخبرة الإدارية) مع الموقف من التوجه التسويقى علاقات غير معنوية؛ مما يعنى رفض الفرضيتين الرابعة والخامسة المتعلقة بالخبرة سواء كانت هذه الخبرة تقاس بعدد سنوات العمل أو بعدد سنوات القيادة الإدارية. وهذه النتيجة ربما تسوَّغ بأن طبيعة الخبرة ربما لا تتعلق بالتسويق وأنشطته، فربما كانت بالمالية أو الموارد البشرية فلم تؤثر فى التوجه التسويقى، وربما كان

السبب أن المنشآت الصغيرة تركز على الخبرة المتعلقة بالقضايا والعمليات الداخلية فى العمل أكثر من اهتمامها بالخبرة المتعلقة ببناء العلاقات مع العملاء.

الفرضية السادسة:

هناك قسمان للفرضية السادسة تتعلقان بأهداف مدير المنشأة التى يسعى إلى تحقيقها. ويظهر فى الجدول رقم (٣) أن المدير الذى يسعى إلى تطوير وتحسين أداء المنشأة يميل إيجابياً نحو التوجه التسويقى وهى نتيجة ذات دلالة إحصائية معنوية تعنى قبول هذا الجزء من الفرضية. وهذا يعنى أنه كلما كان مدير المنشأة الصغيرة متحمساً لتطوير أداء المنشأة وليس تحقيق أهدافه الشخصية دفعه ذلك نحو التوجه التسويقى. وهى نتيجة متوافقة مع افتراض الدراسة ومتوافقة مع ما طرحه Houston (1996). أما الجزء الثانى المتعلق بأثر المدير الساعى إلى تحقيق أغراضه الشخصية على الموقف نحو التوجه التسويقى فلم تكن النتيجة ذات دلالة إحصائية معنوية ومن ثم لم يتم قبوله.

وإجمالاً فإن نتائج النموذج الأول تشير إلى أن بعض الصفات القيادية تؤثر فى الموقف من التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة فى المملكة. إذ إن ثلاثة من ستة عوامل متعلقة بصفات القيادة (الإدارة العليا) كان لها أثر معنوى فى الموقف من التوجه التسويقى.

النموذج الثانى:

وهى الفرضيات المتعلقة بالتوجه التسويقى السلوكى. فقد تم وضع عدة فروض لقياس التوجه التسويقى السلوكى وانقسمت إلى قسمين أحدهما لاختبار العلاقات بين التوجه التسويقى السلوكى والعوامل الداخلية، والقسم الآخر لاختبار العلاقات بين التوجه التسويقى السلوكى والعوامل الخارجية. وسوف يتم عرضها تباعاً:

أولاً - أثر العوامل الداخلية فى التوجه التسويقى السلوكى:

الفرضية السابعة:

لقد أظهرت النتائج كما بين الجدول رقم (٤) أن للمحددات الإدارية أثراً سلبياً معنوياً فى التوجه التسويقى السلوكى، ومن ثم فإن الفرضية السابعة القائلة إنه كلما زادت المحددات الإدارية أمام المنشآت الصغيرة، قلت درجة التوجه التسويقى السلوكى لديها تعتبر فرضية مقبولة. وهذا يعنى أنه كلما زادت المحددات الإدارية مثل قلة التمويل، وقلة الخبرة، واستغراق المدير فى الأنشطة اليومية فقط، قل تطبيق التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة. وكما طرحت الدراسات السابقة فإن المحددات الإدارية تؤثر سلبياً فى التوجه التسويقى السلوكى (Narvor and Slater, 1990). فعندما ينهمك مدير المنشأة الصغيرة بالأعمال الإجراءات اليومية المزدحمة، أو قد لا تكون لديه موارد مالية كافية أو لا توجد لديه خبرة بتطبيق الأساليب التسويقية المناسبة وأهميتها لرفع أداء المنشأة فإن ذلك سيقلل من ممارسة وتطبيق متطلبات التوجه التسويقى.

الفرضية الثامنة:

هذه الفرضية تضمن مرونة الاتصالات داخل المنشأة الصغيرة وأثرها فى التوجه التسويقى السلوكى. وقد أوضحت النتائج المعروضة فى الجدول رقم (٤) أن البساطة والمرونة فى الاتصالات لها أثر معنوى فى التوجه التسويقى على الرغم من أن العلاقة تعتبر منخفضة كما يظهر ذلك بالنظر إلى معامل بيتا Beta = ,154، وهو ما يؤكد ما توصل إليه Tang and Tang (2003).

الفرضية التاسعة:

تفترض الدراسة أنه كلما تحسنت العوامل المتعلقة بالعاملين فى المنشآت الصغيرة، زاد لديها التوجه التسويقى السلوكى. وقد أظهرت النتائج المعروضة فى الجدول رقم (٤) أن هذه العوامل من بين العوامل الأخرى لها أكبر الأثر، وهى

ذات دلالة إحصائية معنوية إيجابية عالية. وهذا ما يؤكد دور العاملين فى تبنى وتطبيق التوجه التسويقى، وهذا ما أكدته الدراسات السابقة مثل دراسة Rue-kert (1992) ودراسة Avlonitis and Gounaris (1999) حيث وجدا علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية معنوية بين التوجه التسويقى والتعامل مع العاملين بوصفهم عملاء يجب إرضاؤهم. وذهب Siu and Wilson (1990) أبعد من ذلك تأكيداً للعلاقة الإيجابية بين التوجه التسويقى ورضاء العاملين حيث اقترحا ما يسمى بـ "التوجه نحو العاملين" باعتباره متطلباً سابقاً وأحد مكونات "التوجه التسويقى". فى الواقع أن الاهتمام بالعاملين فى المنشآت الصغيرة يعد قراراً إستراتيجياً بعيد المدى حيث تدريب العاملين وتحفيزهم وإشراكهم فى المعلومات والقرارات سيخلق لديها كفاءات عالية تغنيها عن الاستعانة بخبراء التسويق والمتخصصين باهظى التكلفة.

الفرضية العاشرة:

أوضحت النتائج الموضحة فى الجدول رقم (٤) أن عمر المنشأة ليس لها تأثير ذو دلالة معنوية على التوجه التسويقى السلوكى. مما يعنى رفض الفرضية العاشرة المتعلقة بعمر المنشأة.

ثانياً - أثر العوامل الخارجية على التوجه التسويقى السلوكى.

شملت العوامل الخارجية عدة متغيرات مختارة افترضت الدراسة أنها تؤثر فى التوجه التسويقى السلوكى وكانت هذه المتغيرات هى: المنافسة فى السوق (سهولة دخول السوق، المنافسون، قوة الممولين، قوة العملاء) و التقنية، والتنظيمات الحكومية.

الفرضية الحادية عشرة وحتى الرابعة عشرة:

يظهر من الجدول (٤) أنه من بين العوامل الأربعة المتعلقة بالمنافسة السوقية تأكد الأثر المعنوى لاثنين منهما هما سهولة دخول السوق، وقوة العملاء. لكن

العلاقة المثبتة هي العلاقة العكسية. وبالتالي سيتم رفض الفرضية. وربما كان أحد المسوغات أن الدخول السهل للسوق للمنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية شجع تلك المنشآت على تكوين منشآت أعمال دون تخطيط إداري وتسويقي أو دراسة وافية للسوق ومتطلباته، كما تعتمد على التقليد ومحاكاة ما يفعله الآخرون. هذه البيئة ربما أدت إلى عدم الاهتمام بالتوجه التسويقي.

جدول رقم (٣)
نتائج تحليل الانحدار المتعدد للموقف من التوجه التسويقي

Sig.	T	Beta	العوامل المستقلة
,٩٢	١,٦٩	,١١٧	خبرة المدير بالسنوات
,٣١٩	-,٩٩٨	-,٠٦٠	خبرة المدير الإدارية
,٠٠٠	٤,٥٨	,٢٧٨	الخلفية التسويقية
,٠١١	٢,٥٧	,١٥٩	التعليم
,١٦٥	١,٣٩	,١٠٧	المدير الساعي لتحقيق أهداف المنشأة
,٠٠٠	,٢٧٠	٣,٨٠	المدير الساعي لتحقيق أهدافه الشخصية
F statistic = 9.45 Sig = .000 R2 = .287 ADJ R2 = .253			

جدول رقم (٤)
نتائج الانحدار المتعدد للتوجه التسويقي السلوكي

Sig.	T	Beta	العوامل المستقلة
,٠٠٠	٣,٧٣	,٢٩٦	الموقف من التوجه التسويقي
,٠١٥	-٢,٣٩	-,١٣٩	المحددات الإدارية
,٢٩٠	١,٠٦	-,٠٧٥	عمر المنشأة
,٠٣١	٢,١٦	,١٥٤	بساطة ومرونة الاتصالات
,٠٠٠	٤,٣٨	,٣١٨	العوامل المتعلقة بالعاملين
,٠١٦	-٢,٤٧	-,١٩٥	سهولة دخول السوق
,١٩٦	-١,١٨	-,٠٨٦	المنافسون

تابع - جدول رقم (٤):

Sig.	T	Beta	العوامل المستقلة
,٠٧٢	-١,٥٧	-,١٠٨	عدد العملاء
.٢٦٣	١,١٣	.٠٨٥	عدد المولين
,٠١١	-٢,٥٨	- .٢٢٩	التنظيمات الحكومية
,٢٩٧	١,٠٤	.٠٧٨	سرعة تغير التقنية
F statistic = 14.83 Sig =.000 R^2 = .596 Adj R^2 = .557			

الفرضية الخامسة عشرة:

يظهر من الجدول رقم (٤) أن التأثير العكسى المتوقع للتنظيمات الحكومية فى التوجه التسويقى السلوكى فى المنشآت الصغيرة يعتبر تأثيراً معنوياً، مما يعنى قبول هذه الفرضية. وهذا يعنى أنه كلما زادت التنظيمات المحددة لمرونة المنشآت الصغيرة، نقص التوجه التسويقى لديها.

وعلى الرغم من أن السؤال المطروح فى الاستبانة لم يفصح صراحة عن ماهية هذه التنظيمات وأن المملكة العربية السعودية تتبنى نظاماً حراً وداعماً فى آن واحد للمنشآت الصغيرة، إلا أن المشاركين فى الدراسة يعتقدون أن تلك التنظيمات تؤثر سلبياً فى التوجه التسويقى. وربما كان من تلك التنظيمات ما يتعلق بالعلاقة الاتصالية بالمنشأة، فبناء قاعدة معلومات تعين على التوجه التسويقى مثل اسم وعنوان العميل وهاتفه والتواصل معه عبر هذه الوسائل خاصة عندما يكون العميل مرأة يعتبر صعباً، كما أن المكالمات التجارية على المنازل غير مصرح بها، وربما غيرها مما اعتبره المشاركون تنظيمات تعوّق تطبيقات التوجه التسويقى.

الفرضية السادسة عشرة:

لقد اقترحت الدراسة وجود علاقة طردية بين سرعة تغير التقنية فى السوق والتوجه التسويقى السلوكى. ولكن وفق ما تبين النتائج فى الجدول رقم (٤) فإن

هذا المتغير لم يكن ذا علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية. وهذا يعنى أنه لا يوجد دليل على أن التقنية تؤثر فى تطبيق التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة فى المملكة العربية السعودية. وهذه النتيجة فى الواقع تتوافق مع النتائج التى توصل إليها الباحثان Kohli and Jaworski (1993) وكذلك الباحثان Slater and Narver (1994).

النموذج الثالث: علاقة أداء المنشأة بالتوجه التسويقى:

الفرضية السابعة عشرة:

يظهر فى الجدول رقم (٥) أن هناك ثمانية عوامل مقترحة تؤثر فى أداء المنشأة. وقد بينت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن هذه العوامل تفسر ما نسبته (٢٩٪) من أداء المنشأة، وتؤكد أن التوجه التسويقى له أثر إيجابى فى أداء المنشأة. ومن ثم فإن الفرضية السابعة عشرة التى تفرض وجود علاقة طردية بين التوجه التسويقى السلوكى وأداء المنشأة فرضية مقبولة ويعنى هذا أنه كلما زاد مستوى تطبيق التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة؛ كان أداء المنشأة أفضل. وهذه النتيجة تتوافق مع ما توصل إليه الباحثون: Kohli and Jawrski (1990), Narver and Slater (1990) إضافة إلى ما توصل إليه من بعدهم مثل Becherer et al (2003) وكذلك Panayides, (2004).

الفرضية الثامنة عشرة:

تنقسم هذه الفرضية إلى قسمين أوضحت النتائج قبول إحداهما، وهى أنه كلما كان مدير المنشأة الصغيرة يهدف إلى تحقيق أداء أعلى للمنشأة، زاد مستوى الأداء. فى حين أن الجزء الثانى المتعلق يسعى مدير المنشأة لتحقيق أهدافه لم يتم قبوله إذ لم تكن العلاقة بينه وبين الأداء ذات دلالة إحصائية. وهذا يشير إلى أن الأداء سيتحسن عندما يسعى مدير المنشأة الصغيرة إلى تطور وتحسين منشأته. وهذه نتيجة منطقية أن تنعكس أهدافه التطويرية على تحسن الأداء.

أما عندما تكون أهداف المدير شخصية فربما أدى ذلك إلى تحسن الأداء الوقتى لتحقيق تلك الأهداف.

الفرضية التاسعة عشرة:

أوضحت النتائج فى الجدول (٥) أن العلاقة العكسية بين المحددات الإدارية وأداء المنشأة الصغيرة قوية وذات دلالة إحصائية معنوية، بل هى الأقوى من بين جميع العوامل الأخرى فى هذا النموذج. كما يظهر ذلك من مستوى بيتا (beta = -2.70) وهذا يعنى قبول الفرضية العشرين وأنه كلما زادت المحددات المالية والخبرة العملية والظروف الوقتية أضعف ذلك من أداء المنشأة. وهذه العلاقة القوية تشير إلى بعض العوامل المهمة التى تفسر إخفاق المنشآت الصغيرة فى المملكة. فقلة الموارد المالية وقلة الخبرة تؤدى إلى اضمحلال المنشأة وفشلها.

الفرضية العشرون:

ولقياس القوى التنافسية تم افترض عدة فرضيات تتعلق بأثر سهولة دخول السوق، عدد العملاء، عدد الممولين وعدد المنافسين فى السوق. وقد أوضحت النتائج المعروضة فى الجدول رقم (٥) أن "عدد الممولين" هو المتغير الوحيد الذى كان له أثر معنوى فى أداء المنشأة. وهذا يعنى قبول المتغير H20C بين المتغيرات المفترضة. ولأن العلاقة عكسية فإن هذا يعنى أنه كلما كان عدد الممولين محدوداً أمام المنشأة الصغيرة أدى ذلك إلى إضعاف أداء المنشأة. ومسوّغ ذلك أن المنشأة الصغيرة التى تتعامل مع ممول واحد أو عدد محدود منهم تتعرض إلى ضغوط أكبر، كارتفاع السعر أو وقت الإمداد، أو كميته أو جدولة السداد. ولأن الخيارات أمامها أصبحت أقل فإن ذلك سينعكس سلبياً على الأداء. وهى نتيجة شبيهة لما توصل إليه Narver and Slater (1990) فقد أكدا معنوية العلاقة لعدد الممولين ولسهولة الدخول لكنه لم يؤكد معنوية العلاقة بين الأداء وعناصر المنافسة.

وإجمالا فإن نتائج تحليل الانحدار المتعدد أوضحت أن هناك عدة عوامل تؤثر فى أداء المنشآت الصغيرة، فالتوجه التسويقى السلوكى، ووجود مدير ذى أهداف يسعى إلى تحسين الأداء لهما أثر إيجابى معنوى فى أداء المنشأة. وفى المقابل فإن العدد المحدود من الممولين والمحددات الإدارية لهما أثر سلبى فى أداء المنشأة الصغيرة. وهو ما يجعل الدراسة تستخلص أن أداء المنشآت الصغيرة فى المملكة تتأثر بالعوامل الداخلية أكثر من تأثرها بالعوامل الخارجية.

جدول رقم (٥)
نتائج الانحدار المتعدد لأداء المنشأة

العوامل المستقلة	Beta	T	Sig.
التوجه التسويقى	.٢١٠	٢.٤٥	.٠١٢
المحددات الإدارية	-,٢٧٠	-٣.٨٦	.٠٠٠
تحقيق أهداف المنشأة	,١٦٢	٢.٢٧٤	.٠٢٤
تحقيق الأهداف الشخصية	,٠٨٧	١.١٩	.٢٣٣
سهولة دخول السوق	,١١٥	١.٥٧	.١٢٠
عدد المنافسين	,٠٨٢	١.٠٧	.٢٨٣
عدد العملاء	,٠١١	.١٥٩	.٨٧٤
عدد الممولين	-.١١٤	-٢.٠٣٧	.٠٤٣
F statistic = 7.511 Sig = .000 R^2 = .291 AdjR^2 = .254			

الخاتمة:

لقد وضحت الدراسة ثلاثة نماذج للاختبار، أولها يتعلق بالموقف من التوجه التسويقى، والثانى التوجه التسويقى السلوكى، والثالث أداء المنشأة. وقد أظهرت الدراسة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد أن أربعة من المتغيرات الثمانية التى يفترض أن تؤثر فى أداء المنشأة الصغيرة وجد أن تأثيرها معنوياً وتتوافق مع ما

افترضته الدراسة. وهى الموقف من التوجه التسويقى، والمحددات الإدارية، والمدير الساعى لتحقيق أهداف المنشأة، والعدد المحدود من المولين.

وتوافقاً مع أدبيات التسويق يؤثر التوجه التسويقى السلوكى إيجابياً فى أداء المنشأة الصغيرة فى المملكة العربية السعودية؛ مما يدعو إلى تأكيد الاهتمام وتطوير إدارات التسويق وإعطائها دوراً أكبر فى المنشآت الصغيرة. خاصة إذا علمنا أنه من أحد الأسباب الأساسية لإخفاق المنشآت الصغيرة هو عدم الكفاءة الإدارية. وظهر من النتائج أيضاً أن المحددات الإدارية هى من أكثر العوامل تأثيراً سلبياً فى أداء المنشأة. فالوقت والموارد المالية والخبرة التسويقية من بين أهم العوامل التى تؤثر سلبياً فى أداء المنشأة عند عدم توافرها.

أما العوامل التى تؤثر فى التوجه التسويقى السلوكى فمن بين أحد عشر متغيراً مقترحاً فى هذه الدراسة تأكد أن خمسة منها تؤثر تأثيراً ذا دلالة معنوية فى الاتجاه نفسه الذى افترضه الدراسة. هذه العوامل هى الموقف من التوجه التسويقى، والمحددات الإدارية، وبساطة نظام الاتصالات، والعوامل المتعلقة بالعاملين، والتنظيمات الحكومية.

وأخيراً فإن موقف مدير المنشأة الصغيرة من التوجه التسويقى يعتبر عاملاً مؤثراً فى التوجه التسويقى السلوكى. ومن تلك الصفات التى تؤثر فى موقف المدير التعليم، وطول سنوات الخبرة، والخبرة القيادية، والخلفية التسويقية، والسعى نحو تحقيق أهداف المنشأة. وفيما يلى يعرض الجدول رقم (٦) خلاصة نتائج اختبار الفروض.

جدول رقم (٦)
خلاصة نتائج اختبار الفروض

م	العوامل المستقلة	الموقف من التوجه التسويقى	التوجه التسويقى السلوكى	أداء المنشأة
١	الموقف من التوجه التسويقى		A	
٢	التعليم	A		
٣	الخلفية التسويقية	A		
٤	خبرة المدير بالسنوات	R		
٥	الخبرة الإدارية	R		
٦	السعى لتحقيق أهداف المنشأة	A		A
٧	السعى لتحقيق الأهداف الشخصية	R		R
٨	المحددات الإدارية		A	A
٩	بساطة ومرونة الاتصالات		A	
١٠	العوامل المتعلقة بالعاملين		A	
١١	عمر المنشأة		R	
١٢	سهولة دخول السوق		R	R
١٣	عدد العملاء		R	R
١٤	عدد الممولين		R	A
١٥	عدد المنافسين		R	R
١٦	التنظيمات الحكومية		A	
١٧	سرعة تغير التقنية		R	
١٨	التوجه التسويقى السلوكى			A

A: Accepted - R: Rejected.

التوصيات:

أسهمت هذه الدراسة فى إيضاح مفهوم التوجه التسويقى الموقفى والسلوكى. وعلى الرغم من أن عدداً من الدراسات قد أجريت لدراسة التوجه التسويقى إلا أنها منحصرة فى دراسته فى بيئة الأعمال الكبيرة. ويأتى إسهام هذه الدراسة فى إلقاء الضوء على هذا المفهوم فى المنشآت الصغيرة وفى بيئة جديدة مختلفة عن البيئة الغربية.

ومن خلال هذا البحث يمكن استخلاص نتيجة علمية مهمة وهى أن هناك جانبين مختلفين لدراسة التوجه التسويقى فى المنشأة الصغيرة هما الجانب الموقفى والجانب السلوكى. وإجمالاً نقرر أن الدراسة يمكن أن تضع عدة توصيات تسهم فى الاستفادة من النتائج نظرياً وتطبيقياً على النحو التالى:

١- إن تبنى مفهوم التوجه التسويقى سيسهم فى الحد من نسبة إخفاق المنشآت الصغيرة.

٢- إن العلاقة الطردية ذات الدلالة الإحصائية المعنوية بين موقف المدير فى المنشأة الصغيرة من التوجه التسويقى تشير إلى احتمالية السيطرة الفردية لمدير المنشأة على توجهاتها؛ مما يؤكد أن إحدى السبل المهمة لتطوير وتحسين المنشآت الصغيرة فى المملكة يجب أن تشمل التأهيل الكافى للمديرين والقيادات فى تلك المنشآت.

٣- الحرص على تأهيل المديرين بالتأهيل والتعليم التسويقى ليصير ذلك متطلباً أساسياً يعمل على تعزيز مفهوم التوجه نحو العميل.

٤- إن تطبيق التوجه التسويقى يتطلب الاهتمام بالعاملين فى المنشأة الصغيرة من حيث الحوافز والتدريب والمشاركة. فقد أوضحت الدراسة أن العوامل المتعلقة بالعاملين هى أكثر العوامل تأثيراً فى التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة فى المملكة.

٥- الحرص على تبسيط الاتصالات بين الإدارات والبعد عن وضع العوائق الرسمية لنقل المعلومة وتبادل الآراء والخبرات فى المنشآت الصغيرة، وذلك لدعم تطبيق المنشأة للتوجه التسويقى.

٦- دعم المنشآت الصغيرة المادى والمعنوى حيث تمثل هذه المنشآت النسبة الكبرى من منشآت الأعمال ومن المهم أن يشمل هذا الدعم سبل التغلب على العوائق المادية، والخبرة، والأولوية التى أثبتت الدراسة أثرها السلبى فى أداء المنشأة.

٧- حث القطاعات المعنية بالتجارة والصناعة والخدمات والوزارات والغرف التجارية على تخصيص إدارات خاصة لخدمة المنشآت الصغيرة بالدراسات والاستشارات والمعلومات، خاصةً فيما يتعلق بالسوق؛ إذ إن معرفة السوق ومستوى المنافسة فيها يعد أمراً أساسياً لنجاح الأعمال. وقد أثبتت الدراسة أثر المنافسة السلبى فى التوجه التسويقى، ثم فى أداء المنشأة، فى حين يلاحظ تجاهل المنشأة الصغيرة للدراسات المسبقة للسوق ومستوى المنافسة مما يؤدى عادةً إلى إخفاقها السريع.

٨- إن تطبيق التوجه التسويقى فى المنشآت الصغيرة يتطلب وجود الموقف التسويقى لدى المديرين، وهذا يدعو إلى مراعاة المرحلية عند المعالجة وتعميق مفهوم التوجه التسويقى.

المراجع

أولاً - المراجع العربية:

١- الشميمري (٢٠٠٣م). أحمد عبد الرحمن "أثر المدير على دور التسويق في المنشآت الصغيرة"، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس. القاهرة، ٤٧٩-٥١١ .

٢- **الغرفة التجارية الصناعية (١٩٩٤م)**. الرياض، "تقرير حول دراسة مجالات و فرص الاستثمار في المشروعات الصغيرة".

٣- **الهيئة العامة للاستثمار (٢٠٠١م)**. الرياض. "دراسة واقع و آفاق المنشآت الصغيرة و المتوسطة في المملكة".

٤- **وزارة التخطيط (٢٠٠٠م)**. الرياض. "الخطة الخمسية السابعة ٢٠٠٠م -٢٠٠٤م".

ثانياً - المراجع الأجنبية:

1- Appiah-adu, K. (1998). "Market orientation and performance", **Journal of Strategic Marketing**, No.6, : 25-45.

2- Avlonitis, G. J. and Gounaris, S.P. (1999). "Marketing orientation and its determinants: An empirical analysis", **European Journal of Marketing**, Vol.33, No. 11/12 :1003-37

3- Becherer, R. Halstead, D. and Haynes, P. (2003). "Marketing orientation in SMEs: Effects of the internet invironment", **New England Journal of** Entrepreneurship, Fairfield: vol. 61 :13-22.

4- Borjesson, S. and Dahlston, F. (2004). "Management action in developing market orientation: a report from a customer knowledge project at Volvo cars", **Journal of Change Management**, London, Vol.4 : 141-154.

5- Darroch, J. and McNaughton, R. (2003). "Beyond market orientation: knowledge management and the innovativeness of New Zeland firms", **European Journal of Marketing,** Bradford. Vol.37 : 572-593.

6- Fritz, W. (1996). "Market orientation and corporate success: findings from Germany", **European Journal of Marketing**, Vol. 30 : 59-74.

7- Godkin, Lynn, Sean Valentine, Gordon Mosely, and Lawrence Silver (2002). "Marketing orientation and organizational learning in Mexican small businesses: The role of consulting support" **International Journal of Management.** March 2002. V 19 Issue 1 : 68-78.

8- Houston, F. (1996), "The marketing concept: What it is and what it is not". **Journal of Marketing**. 55 : 81-87.

9- Hurley, R., and Hult, T. (1998). "Innovation, market orientation and organizational learning: an integration and empirical examination", **Journal of Marketing**, Vol. 62: 42-54.

10- Kohli, A., and Jaworski, B. (1990). "Market orientation: the construct, the research propositions, and managerial implications". **Journal of Marketing** . Vol 54 : 1-18.

11- Kohli, A., and Jaworski, B. (1993). "Market orientation: Antecedents and consequence". **Journal of Marketing** . Vol. 57:53-70.

12- Kotler, P. (2001). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**, 11th Ed. Englewood, NJ: Prentice-Hall.

13- Kotler, Philip, G. Armstrong, J Saunders, and V. Wong. (2001). **Principles of Marketing**. Prentice Hall. London.

14- Krakoff, R, and Fouss, J. (1993). "Defining the small business market". **Marketing Research**. Vol. 5, No 3: 28-31.<SPAN class=desc>

15- Lado, Nora, and Albert Maydeu-Olivares (2001). "Exploring the link between market orientation and innovation in the European and US insurance markets". **International Marketing Review**; London, Vo.18 :130-145.

16- Liu, H. (1995). "Marketing orientation and firm size". **European Journal of Marketing**, Vol 29, No 1: 57-71.

17- Narver, Jacobson and Slater, S. (1990). "The effect of a market orientation and business on business profitability" **Journal of Marketing** . Vol 54 : 20-35.

18- Narver, Jacobson and Slater, S (1993a). " Market Orientation and business performance". **Market Science Institute**. Report no 93-121.

19- Narver, Jacobson and Slater, S. (1993b). " Market Orientation and customer services". **European Advances in Consumer Research**. Vol 1: 317-321.

20- Nunnally, J. (1978). **Psychometric Theory**, New York: McGraw-Hill.

21- O'Cass, Aron. (2001) "The internal-external marketing orientation of a political party: Social implications of political party marketing orientation". **Journal of Public Affairs**. Vo. 1 Issue 2: 136-152.

22- Panayides, Asian P. (2004)."Marketing in Asia-Pasific Logistics Companies: A discriminant analysis between marketing orientation and performance". **Pacific Journal of Marketing and Logistics**. Vol. 16, Iss.1: 42-68.

23- Porter, M. (1980). **Compotitive Advantage**. New York. Free press.

24- Robinson, P. and Sexton, E, (1994). "The effects of education and experience on self-employment success", **Journal of Business Venturing**, Vol.9: 141-156.

25- Ruekert, R. (1992). "Developing a market orientation: an organizational strategy perspective". **International Journal of Research in Marketing**. Vol. 9: 225-245.

26- Scase, R. and Goffee, R. (1980). **The real world of small business owner**. London. Groom Helm.

27- Ministry of Planning (2000). The Seventh Development Plan (2000-2004), . Riyadh, Saudi Arabia.

28- Siu, N. (1994). "Marketing Orientation in future education college". **British Academy of Management**, Lancaster, September 1994, 34-42

29- Tang, Y. and Tang, Y. (2003). "An exploratory study of marketing orientation in China", **Asian Business & Management**, Houndmills. Vol. 2, Iss.1: 91-112.

30- Verhees, F. and Meulenberg,M (2004). "Market orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance in Small Firms", **Journal of Small Business Management**, Vol. 42, Iss.2:134-154.

31- White, K.R, Thompson, J.M, Patel, U.B, and Dubuque, S (2001). "Hospital marketing orientation and managed care processes: are they coordinated?" **Journal of Healthcare Management**, Vol.46, Iss.5: 327-336.

32- White, Kenneth, Jon M Thompson, Urvashi B Patel, and Susan E Dubuque (2001). "Hospital marketing orientation and managed care processes: Are they coordinated?" **Journal of Healthcare Management**;. Vo 46. Iss. 5: 327-336.

محددات السلوك الإدارى في اختيار السياسات المحاسبية فى ضوء النظرية الإيجابية
دراسة اختبارية فى الشركات المساهمة العامة فى الأردن

الدكتور مؤيد محمد علي الفضل
أستاذ المحاسبة الإدارية الإستراتيجية
جامعة القادسية

● دورية الإدارة العـــــامـــــة
● المجلد السـادس والأربعـون
● العـــــــــدد الأول
● محــــرم ١٤٢٧هـ
● فبـــــراير ٢٠٠٦م

محددات السلوك الإدارى في اختيار السياسات المحاسبية فى ضوء النظرية الإيجابية دراسة اختبارية فى الشركات المساهمة العامة فى الأردن

أ.د. مؤيد محمد علي الفضل❖

ملخص:

تنطلق الدراسة الحالية من تصور الباحث بأن لاختلاف العوامل البيئية التى تميز فكر وسلوك واتجاهات وثقافات مجتمع معين عن مجتمع آخر، أثراً واضحاً فى اختلاف دوافع الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية، وعلى هذا التصور بنى الباحث مشكلة دراسته الحالية، وتمثلت فى سؤالين هما:

١- هل تصح فرضيات نظرية المحاسبة الإيجابية فى شرح وتفسير الدوافع الاقتصادية لعملية اختيار الطرق والسياسات المحاسبية فى الشركات المساهمة العامة الأردنية؟

٢- هل تختلف تلك الدوافع بين الشركات باختلاف نسبة تركيز الأسهم فى مجلس إدارة الشركة؟.

ودرس الباحث هذه المشكلة من خلال أربع فرضيات أساسية تتعلق الأولى بالحوافز والمكافآت الإدارية، والثانية بالتكاليف السياسية، والثالثة بعقود المديونية، أما الرابعة فتخص أثر نسبة تركيز الأسهم، وباستخدام بيانات سنة ٢٠٠٤م لعينة من (٧٤) شركة. وقد جاءت نتائج الدراسة غير مدعمة لفرضيات الدراسة ولنتائج الدراسات السابقة.

السياسة المحاسبية هى مجموعة أدوات التطبيق العملى التى تستخدمها الإدارة فى إنتاج وتوصيل المعلومات المالية، ويقصد بأدوات التطبيق العملى تلك القواعد والأسس والطرق والإجراءات التى يستعين بها المحاسب لتطبيق المبادئ المحاسبية وبيان كيفية معالجة البنود والعمليات والأحداث فى مجال محدد. وعليه فإن القاعدة العامة فى تحديد معالم السياسة المحاسبية، هى أن تأتى أدوات التطبيق العملى ملائمة بقدر الإمكان لظروف الحال وطبيعة نشاط الشركة. ولتطبيق هذه القاعدة العامة ينبغى على إدارة الشركة الاسترشاد بالاعتبارات الثلاثة التالية (الشيرازي، ١٩٩٠م: ١٠٢):

❖ أستاذ المحاسبة الإدارية الإستراتيجية، جامعة القادسية، العراق.

١- الحيطة والحذر، وهو اعتبار يمثل الاتجاه التقليدى للمحاسبة عند المفاضلة بين الطرق المحاسبية البديلة.

٢- تغليب الجوهر على الشكل، أى اختيار الطرق والسياسات التى تتفق مع الجوهر وليس مجرد الشكل القانونى أو التنظيمى.

٣- الأهمية النسبية، بمعنى مراعاة الأهمية النسبية للبنود عند اختيار الطريقة أو السياسة المحاسبية لمعالجتها.

ولا شك أن هذه الاعتبارات الثلاثة تترك للإدارة مساحة واسعة للتأثير فى معالم السياسة المحاسبية المستخدمة فى إعداد المعلومات المحاسبية، ثم نوعية هذه المعلومات؛ لأن السياسات المحاسبية المختلفة يمكن أن تعطى مجموعات متباينة من المعلومات المحاسبية، ومن ثم فإن المرونة وعدم الاتساق فى الأعراف المحاسبية الموجودة فى الواقع العملى والمتطلبات القانونية، مع وجود الحرية الممنوحة للإدارة فى الاختيار من بين تلك السياسات فى إطار من الإفصاح الذكى عن المعلومات، ومن خلال الممارسات البديلة لهذه السياسات - أدى ذلك كله إلى ظهور ما يعرف بالمحاسبة الإبداعية التى تعنى التدخل المقصود من قبل الإدارة فى عملية اختيار البدائل والسياسات المحاسبية من أجل تحقيق مكاسب محددة (Naser, 1993: 2; Scott, 2003: 369). ولقد اكتشف الباحثون، منذ أكثر من ثلاثة عقود مضت أهداف ذلك التدخل المقصود، فقد بينت دراسة (Hopworth, 1973 : 32-39) على سبيل المثال، أن التدخل المقصود من قبل الإدارة فى الاختيار من بين السياسات المحاسبية المتاحة هو لغرض تحقيق المكاسب التالية:

١- تخفيض العبء الضريبى عن طريق توقيت تحقق بعض الإيرادات والمصاريف على مدار عدد من الفترات.

٢- تقليل تكلفة الافتراض وزيادة قدرة الشركة على مواجهة التحديات المستقبلية.

٣- تقوية المركز المالى للشركة وتعظيم حقوق المالكين وتعزيز الثقة بسهم الشركة فى السوق المالية.

كما شهد الفكر المحاسبى، آنذاك، اهتماماً بحثياً واسعاً بهذه العملية التى كان يصطلح عليها بـ"إدارة الأرباح أو تجميل الأرقام المحاسبية" وذلك للإجابة عن تساول مهم برز أمام الكثير من المعنيين بالفكر المحاسبى والتطبيق العملى له وخاصةً فى الولايات المتحدة، وهو: لماذا تختار الإدارة بعض السياسات المحاسبية دون أخرى؟ ومن أمثلة الجهود البحثية فى هذه الاتجاه دراسة (Smith, 1976: 707-723) التى تناولت شكل أو نوع الإدارة وعلاقتها بعملية إدارة الأرباح، حيث قام بتقسيم الشركات عينة الدراسة إلى مجموعتين: الأولى الشركات المدارة بواسطة الملاك، أما المجموعة الثانية فهى مجموعة الشركات المدارة من غير الملاك ... وقد أسفرت نتائج الدراسة عن كون الشركات التى من النوع الثانى هى الأكثر ميولاً نحو إدارة الأرباح.

ولكن على إثر تحقق الباحثين من أوجه قصور منظور المدخل المعيارى فى تنظير المعرفة المحاسبية، بسبب كونه يقوم على وصف ما يجب أن تكون عليه الممارسة المحاسُبية واشتقاق المبادئ بالاعتماد على الاستنباط أو الاستدلال، واستخدام المنطق فى تحديد مجموعة الأهداف المرغوب فى تحقيقها، ثم الاختيار من بين البدائل المحاسبية بما يحقق هذه الأهداف، بمعنى آخر: بسبب قيام النموذج المعيارى بوضع السياسات المحاسبية فى ضوء مجموعة من الأهداف المحسوبة سلفاً، نتيجة الاجتهاد والتفكير المنطقى المنظم، دون مراعاة للعوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية لمن يقومون بتطبيق هذه السياسات وتوافقها مع أهدافها - على إثر ذلك، سرعان ما وصف Watts and Zimmernan تلك الجهود بأنها لم تتمكن من إرساء الدعائم الأساسية للبحث فى العوامل المحددة لسلوك الإدارة فى عملية اختيار السياسات المحاسبية، من ثم يكون الإخفاق فى شرح وتفسير ذلك السلوك، وقد دَعَوَا إلى ضرورة النظر فى عملية اختيار السياسات المحاسبية باعتبارها قراراً اقتصادياً متزامناً مع قرارات الاستثمار والإنتاج (Watts and Zimmerman, 1978: 112-134). ولقد وصف Whitley دراستهما التى كانت بعنوان Towards a positive theory of the de- termination of accounting standards بأنها حجر الزاوية للدراسات التى

استخدمت المدخل الإيجابى فى تفسير عملية اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية، وذلك بفعل تحفيزها للبحث المحاسبى على التحول نحو تحليل وتفسير الاختبارات المشاهدة للطرق والسياسات المحاسبية المستخدمة بالاعتماد على النظرية الاقتصادية ونظرية تكلفة الوكالة والعلوم السلوكية، على اعتبار أن اختيار الإدارة لسياسة محاسبية معينة لا يتم فقط وفقاً للمبادئ والمعايير المحاسبية المتعارف عليها، وإنما يأخذ فى الاعتبار تفضيلات الإدارة (Whitley, 1988: 631-645).

وقد توالت الدراسات فى هذا المجال بعد ذلك بين مؤيد ومعارض، وتركزت على إجراء بعض الاختبارات على عدد من الفروض التى قامت عليها تلك الدراسة مثل عقود المديونية والتكاليف السياسية وخطط الحوافز الإدارية. وامتداداً لجهود الباحثين فى هذا المضمار الحيوى من النظرية المحاسبية، يأتى البحث الحالى الذى يستهدف إبراز دور المدخل الإيجابى فى تحليل وتفسير الدوافع المختلفة التى تتحكم فى سلوك الإدارة عند اختيار السياسة المحاسبية فى الشركات المساهمة العامة فى الأردن.

أهمية الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة من النقاط التالية:

١- لا شك أن مضمون البحث المحاسبى الإيجابى يدور حول الممارسة والتجريب لاكتشاف تفضيلات الإدارة، خاصة فى ظل وجود تشكيلة متنوعة من التقارير المالية التى تتأثر بالأبعاد السياسة والاجتماعية والاقتصادية للبيئة التى تعد من خلالها. وبذلك يتمثل إسهام المدخل الإيجابى فى تركيزه على مشكلة كيفية الاختيار من بين الطرق والبدائل المحاسبية التى تتعلق بالتقرير المالى داخل نطاق المحاسبة المالية، وذلك من خلال تعيين الظروف وتحديد الآثار التى تنتج عن اختيار معين لإحدى السياسات البديلة والتنبؤ بكيفية مواءمتها طبقاً لمتطلبات الممارسة العملية (عثمان،٢٠٠٠م: ٧٣)، ولأن عملية الاختيار

غير واضحة، فإنه قد يثار جدل بين الباحثين حول عدم شمولية الإطار الفكرى للمدخل الإيجابى للكشف عن ماهية تلك التفصيلات (Mouck, 1990: 231-259) ، لذا فإن أهمية هذه الدراسة ستكون فى محاولتها فى الكشف عن مدى قدرة هذا المدخل فى تفسير دوافع الإدارة فى اختيار السياسة المحاسبية؛ الأمر الذى يجعلها إسهاماً جديداً يضاف إلى جهود الباحثين فى مجال تقويم المدخل الإيجابى فى تفسير تفضيلات الإدارة فى اختيار السياسيات المحاسبية.

٢- يقول Christensen وزملاؤه: إن حرية الإدارة فى الاختيار من بين بدائل السياسات المحاسبية قد تمثل نوعاً من اغتنام الفرص، وذلك عن طريق تطبيق البدائل التى تؤدى إلى تحسين صورة أداء الشركة، إلا أنها بالتأكيد ستؤثر فى دقة وعدالة القوائم المالية (Christensen et., al., 2002: 1071-1090)، وعليه فإن دراسة العوامل والمحددات التى تؤثر فى اختيار الإدارة للبدائل المحاسبية سيساعد المحللين الماليين على تحليل سلوك الإدارة والتنبؤ به مستقبلاً، إضافة إلى أنه سيعطى رؤية أوضح وأعمق لمتخذى القرارات عند تفسير البيانات المحاسبية التى تشتمل عليها التقارير السنوية للشركة، ومن ثم قياس جودة المعلومات الناتجة من تلك التقارير وتقرير مدى إمكانية الاعتماد عليها فى عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية، ناهيك عن أن تحديد تلك العوامل يمكن أن يساعد الجهات المسؤولة عن تنظيم المهنة فى الأردن فى صياغة المعايير المحاسبية المناسبة التي تعكس الظروف البيئية للبلد.

٣- بغض النظر عن النتائج التى ستسفر عنها هذه الدراسة، فإنها تعد إسهاماً جاداً من الباحث فى إثراء الفكر المحاسبى العربى عامةً والأردنى خاصةً فى مثل هذه المواضع التى لم تحظَ بالاهتمام الكافى من قبل المعنيين بهذا الفكر والتطبيق العملى له فى هذا الوطن، فعلى حد علم الباحث تعد هذه الدراسة الأولى من نوعها فى الأردن؛ وهو الأمر الذى يمكن أن يعكس أهميتها.

الإطار الفكرى للسياسة:

أولاً - المفهوم العلمى لنظرية المحاسبة الإيجابية:

عندما تحقق الباحثون من أوجه قصور منظور المدخل المعيارى فى تنظير المعرفة المحاسبية ظهرت آراء تنادى بضروة تطوير مدخل جديد يشرح ويفسر المحاسبة كما هى كائنة فعلاً، ويفسر أيضاً ما يقوم به المحاسب فى الواقع العملى، إلى جانب توضيح الآثار الناجمة عن ذلك التى تقع على كل من الأفراد والموارد النادرة للشركة (Christenson, 1983: 1-22). ومن هذا المنطلق تحول جانب من الفكر المحاسبى المعاصر من الاهتمام بالجوانب المعيارية والتعريفية لما يجب أن تكون عليه النظرية المحاسبية، إلى الاهتمام بدراسة المشاكل العملية والممارسة المحاسبية كما هى قائمة فى الواقع العملى، وذلك فى محاولة لتطوير مدخل جديد يسعى إلى تطبيق نموذج خاص على الظواهر المحاسبية باعتبارها علماً تطبيقياً، وقد عرف هذا المدخل بـ "النظرية الإيجابية".

ويهدف المدخل الإيجابى، بصفة عامة، إلى تطوير التقرير المالى داخل نطاق المحاسبة المالية عن طريق توضيح ماهية الظروف التى تنتج من اختيار معين لإحدى السياسات المحاسبية من خلال الأبعاد الكلية للأنشطة الفعلية المتعلقة بإعداد القوائم المالية. ولأنه عادة ما تتعلق الحاجة بمضمون ومحتوى القوائم المالية، فإن محاولة إشباعها تتطلب الرجوع إلى الواقع العملى وتحليل المعاملات الفعلية للشركة، وذلك تمهيداً للاستدلال على العوامل الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة التى تقود إلى اختيار سياسة محاسبية معينة والتنبؤ بآثارها فى أداء الشركة.

وبذلك فإن الوظيفة المحاسبية، وفقاً لمنظور هذا المدخل تعكس - من خلال البعد التجريبى - الاهتمام بوظيفة الاتصال التى يكون لها الأولوية على وظيفة القياس، حيث تهتم بأداء المهام المتعلقة بالاختيار بين الطرق المحاسبية البديلة التى يتم على أساسها إعداد القوائم المالية، وبهذا تحاول النظرية الإيجابية للمحاسبة الإجابة عن التساؤلات التى تظهر من الممارسة المحاسبية العملية،

كالتى تدور حول الأسباب التى تدعو إلى أن يكون للإدارة حرية -إلى حد ما- اختيار طرق وسياسات التقرير المالى، وكذلك حول مدى الثقة فيما تصدره بعض الهيئات المحاسبية، مثل مجلس معايير المحاسبة المالية ومجمع المحاسبين القانونيين، من تعديلات للمبادئ المحاسبية المتعارف عليها (Wats and Zimmerman, 1997: 1-14).

وفى ضوء ما تقدم يمكن القول إن مضمون البحث المحاسبى الإيجابى يدور حول الممارسة والتجريب لاكتشاف تفضيلات الإدارة، وبذلك تتمثل إسهامات رواد النظرية المحاسبية الإيجابية فى سعيهم الحثيث نحو تطوير النظرية المحاسبية بالشكل الذى يجعلها قادرة على توضيح الأسباب الكامنة وراء تفضيل الإدارة لإحدى الطرق والسياسات المحاسبية البديلة والتنبؤ بكيفية مواءمتها طبقاً لمتطلبات الممارسة العملية (Watts and Zimmerman (1978، غير أن هذا الإسهام فى تنظير المعرفة المحاسبية واجه تساؤلاً يدور حول كيفية ترتيب البدائل المحاسبية المتاحة وفقاً للتفضيلات الفردية، بمعنى آخر: متى يمكن للمشاهدات أن تستخدم فى تحديد إطار لدالة تفضيل فردية فى ظل تعذر - إن لم يكن استحالة - معرفة التفضيلات الفردية التى تختلف على مستوى الأفراد كما تختلف بمرور الزمن على مستوى الفرد الواحد؟ فضلاً عن تعدد وتنوع الفئات المستخدمة للمعلومات المحاسبية فى ظل الظروف الاعتيادية واختلاف احتياجاتهم حتى داخل الفئة الواحدة؛ مما يتعذر معه تقييم تفضيلات كل فرد يتأثر بقرار السياسة المحاسبية. لقد أسفرت جهود الباحثين، فى الإجابة عن ذلك التساؤل، عن ظهور ثلاثة مداخل لتنظير المعرفة المحاسبية على أساس إيجابى هى (Demski,1988: 628; Mouck, 1990: 231-259):

أ- نظرية تكلفة الوكالة.

ب- نظرية متخذى القرارات.

ج- نظرية اقتصاديات المعلومات.

وفيما يلى عرض موجز لكل من هذه النظريات الثلاث:

أ- نظرية تكلفة الوكالة:

تقوم نظرية تكلفة الوكالة على مفهوم الوكالة أى العلاقة التى تنشأ بين طرفين هما:

الموكل أو الأصيل ليكون أحد الطرفين، والوكيل ليكون الطرف الثانى، وتتحدد هذه العلاقة عادة بموجب شروط عقد صريحة أو ضمنية، يكلف بموجبها الطرف الأول (الموكل) الطرف الثانى (الوكيل) بالقيام بأنشطه معينة لصالحه كما يفوضه باتخاد القرارات نيابة عنه (Eisenharat, 1989). وعلى أساس هذا المفهوم تصف هذه النظرية الشركة على أنها مجموعة من العلاقات التعاقدية بين الأطراف من ذوى المصالح المشتركة فيها التى ترتكز - أى مجموعة العلاقات - على عدة فرضيات أساسية هى (Wolk et. al., 2001: 100):

١- إن كلاً من الموكل والوكيل شخص أو أشخاص يتميزون بالحصانة وبالوعى، بمعنى أن كلاً من الطرفين يعرف مصلحته؛ ولذا يسعى إلى تعظيم منافعه المتوقعة، وهذه المنافع المتوقعة هى التى ستحدد بالتالى تصرفاته وقراراته.

٢- تأسيساً على ما تقدم سيعمد الوكيل إلى تعظيم منفعته حتى لو كان ذلك على حساب مصلحة الموكل، ومن هنا سينشأ نوع من تضارب المصالح بينهما؛ مما يوجب وجود شروط محددة فى العقد تنظم العلاقة وتقلل من فرص حدوث التعارض إلى حدها الأدنى.

٣- مع الاعتراف بوجود ظاهرة التعارض فى المصالح بين الطرفين، إلا أن ذلك لا ينفى الاعتراف بوجود المصالح المشتركة بينهما، وهى تتمحور حول الحرص على استمرار الشركة ونجاحها.

وفى ضوء ما تقدم تبحث نظرية تكلفة الوكالة فى اقتصاديات وسلوكيات هذين الطرفين على أساس أربع قواعد أساسية، وأول تلك القواعد تحليل اقتصادى لما يدور داخل الشركة، وثانيها تحليل سلوكى للمجموعات التى تتكون منها الشركة، وثالثها تحليل محاسبى لتكاليف الوكالة التى تنشأ نتيجة الصراع بين الأطراف المختلفة للشركة، ورابعها تحليل قانوني للتعاقدات التى يجب أن تتم بين تلك الأطراف لحل مشاكل الوكالة (الصادق، ١٩٨٩م: ٣٢٣-٤٢٤).

وفى إطار استخدام نظرية تكلفة الوكالة فى الإجابة عن التساؤل الخاص بكيفية ترتيب البدائل المحاسبية المتاحة وفقاً للتفضيلات الفردية، تؤكد هذه النظرية أن اختيار الإدارة للطرق والسياسات المحاسبية يتأثر فقط بآثارها النسبية فى الدخل وفقاً لتفضيلاتها، وذلك دون الأخذ فى الاعتبار تفضيلات الأطراف الأخرى من أصحاب المصالح فى الشركة أو الظروف المختلفة القائمة فى التطبيق العملى على سياسات الاختيار المحاسبى التى يتم على أساسها إعداد القوائم المالية (Zmijewiki and Hagerman, 1981: 129-149).

ولكن حتى لا تؤدى هذه النظرية فى النهاية إلى إطار نظرى يخدم مصلحة الإدارة على حساب مصالح الأطراف الأخرى؛ اقترح (Demski, 1988: 261-285) مدخلاً أكثر تطوراً لهذه النظرية لشرح وتفسير الدوافع المؤثرة فى اختيار البدائل المحاسبية بما يتسق مع الواقع الفعلى، حيث يقوم هذا التطوير على أساس نظرة أوسع للشركة باعتبارها اختياراً لتشكيلة المدخلات والمخرجات المثالية التى تتضمن مجموعة من العلاقات التعاقدية المنظمة من خلال العقود المختلفة، وتكون المحاسبة هى أحد عوامل الإنتاج التى تسهم فى إنتاج هذه التشكيلة، وبذلك فإن تفضيلات الإدارة للبدائل المحاسبية تعتمد على أسعار عوامل الإنتاج الأخرى، ويعنى هذا أنه عندما تقوم الإدارة باختيار سياسات وطرق إعداد التقرير المالى فى ضوء المبادئ المحاسبية المتعارف عليها، فإن ذلك يكون بمنزلة الممارسة الفعلية لتفضيلاتها التى تميل إلى اختيار السياسة المحاسبية التى تحقق أفضل تشكيلة لعوامل الإنتاج.

ب - نظرية متخذى القرارات:

تركز نظرية متخذى القرارات للبحث المحاسبى على جانبين سلوكيين متكاملين هما:

معرفة أثر المعلومات فى سلوك متخذى القرارات، أما الجانب الثانى فيهتم بكيفية استخدام المعلومات من جانب متخذى القرارات، أى العلاقة بين المعلومات بوصفها مدخلات العملية القرارية وبين القرار نفسه باعتباره مخرجات هذا النظام.

ففيما يخص الجانب الأول، نراه يعكس الاتجاه النفعى للمحاسبة ويركز على الأبعاد التالية:

١- مدى كفاية الإفصاح.

٢- فائدة (نفع) المعلومات المحاسبية.

٣- الانعكاسات لدى مستخدمى المعلومات المحاسبية الناتجة عن طرق الإفصاح المختلفة.

٤- الحكم على درجة الأهمية النسبية للمعلومات.

٥- أثر البدائل المحاسبية المختلفة فى عملية اتخاذ القرارات.

أما الجانب الثانى فينصرف اهتمامه نحو كيفية تشغيل المعلومات من قبل متخذى القرارات للوصول إلى القرار المطلوب، وبذلك فهو يسعى إلى تحديد ووصف ماهية المعلومات التى يرغب متخذو القرارات فى الحصول عليها، وبالتالى يعكس دور الإدارة فى توفير المعلومات الملائمة لاتخاذ القرارات.

وفى ضوء ما تقدم، تقوم هذه النظرية على أساس وجوب تضمين المعرفة المحاسبية بالفروض المفسرة لسلوك مستخدمى المعلومات المحاسبية، بحيث تعكس المعلومات الظاهرة فى التقارير المالية تفضيلاتهم، ومن ثم تلائم استخداماتهم الحالية والمتوقعة (Healy and Waheen, 1990: 365-383). وعليه فإن هذه النظرية ترى فى اختيار الإدارة من بين السياسات والطرق المحاسبية البديلة الوسيلة الفضلى لتوفير المعلومات الملائمة عن أداء الشركة الحالى والمستقبلى (Reverte and Strong, 2001: 4) وعليه فهى تنظر إلى وسائل إدارة الأرباح على أنها أدوات تستطيع الإدارة من خلالها تحسين القدرة التنبؤية للمعلومات المحاسبية (Subramanyam, 1996: 249-282).

ج - نظرية اقتصاديات المعلومات:

فى ظل نظرية اقتصاديات المعلومات لم تعد المعلومة سلعة حرة مثل الماء

والهواء، وإنما أصبحت سلعة اقتصادية لها كلفة وعائد، ومن ثم فإن استخدامها بات على أساس معيار الكلفة – المنفعة؛ فانصرف اهتمام هذه النظرية نحو دراسة البواعث الاقتصادية المؤثرة فى النشاط المتعلق بأداء مهام التقرير المالى، إذ يرى أنصار هذه النظرية ضرورة الاهتمام بتفسير الدوافع الاقتصادية التى من أجلها تقوم الإدارة باختيار الطرق والسياسات المحاسبية، وذلك على اعتبار أن الإدارة هى الجهة التى تقوم بالدور الرئيس فى التأثير فى سياسات الاختيار المحاسبى، ومن ثم ينبغى استقصاء دوافعها فى تدعيم أو مقاومة سياسات معينة وتفسير الضغوط التى أدت إلى إيجاد السياسات المحاسبية الحالية وأهم آثارها فى مستخدمى المعلومات المحاسبية. بمعنى آخر: يرى مؤيدو هذه النظرية ضرورة عدم تجاهل تأثير قرارات اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية فى المحددات والبواعث الاقتصادية الواقعية المؤثرة فى أداء الوظائف المحاسبية؛ مما يعنى ذلك أن الحكم على قيمة المعلومات الإضافية يمكن أن يكون من خلال تضمين نماذج تحديد قيمة المعلومات بعض الخصائص النوعية للمعلومات التى تعكس درجة استجابتها للدوافع الاقتصادية. وتعد الدراسات التجريبية التى اهتمت فى البحث بالمحتوى المعلوماتى للتقارير المالية خير دليل على وجهة نظر هذه النظرية فى تفسير حرية الإدارة فى استغلال المرونة المتاحة لها فى الاختيار من بين الطرق والسياسات المحاسبية البديلة، فعلى سبيل المثال أوضحت دراسة (Breten and Taffler, 1995: 81-92) التى قامت باستقصاء أثر تجميل المعلومات فى تقييم محللى وسماسرة الأسهم للأرقام المحاسبية السنوية للشركات – أوضحت أن هناك علاقة بين الأرقام المحاسبية الواردة فى القوائم المالية وأسعار الأسهم فى السوق، وأن عدم وجود تصحيح مباشر للمحاسبة الإبداعية ليس من الضرورى أن يؤدى إلى تسعير خاطئ فى السوق. كما بينت دراسة (Goodacr and Mcgrath, 1997: 155-160) أن التنبؤات فى ظل فروض السوق الكفء تشير إلى أن تغيرات الأسهم فى سعر السوق سوف تتأثر بالتغيرات فى الإجراءات المحاسبية التى تؤثر فى الأرباح بالقوائم المالية، إذ إن مستخدمى القوائم المالية سوف يفسرون أرقام الربحية بغض النظر عن الإجراءات المحاسبية التى اتبعت فى إعدادها باعتبار أن هناك قطاعاً كبيراً من

المستثمرين ليسوا ذوى خبرة، وعادة لا يقومون بتعديل المعلومات الواردة فى القوائم – وهو الأمر الذى يدفع الإدارة ويحفزها باتجاه اختيار السياسات المحاسبية التى تجعل الأرباح المتحققة مرضية. وتناولت دراسة (Bernard and Skinner, 1996: 313-325) دوافع الإدارة فى التوسع فى اتباع سياسة الاستحقاقات الاختيارية، وهل يمثل ذلك نوعاً من اغتنام الفرص ويؤدى إلى تشوية دقة وعدالة القوائم المالية أم أن ذلك يكون بفرض تحسين محتوى المعلومات للقوائم المالية؟ ولاختبار تلك التساؤلات قامت الدراسة باختبار الخيارات المحاسبية التى تساعد على تفسير حركة التغيرات فى أسعار الأسهم، والتنبؤ بالتدفقات النقدية ورقم الدخل. وقد خلصت إلى أن حرية الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية يؤدى إلى تحسين قيمة المعلومات الناتجة عن القوائم المالية.

ثانياً - الدراسات السابقة:

تعد الدراسة التى قام بها Watts and Zimmerman من الدراسات الرائدة التى حاولت تقديم المفهوم العلمى لنظرية المحاسبية الإيجابية بوصفها مدخلاً جديداً لتفسير دوافع الإدارة فى الاختيار من بين البدائل والسياسات المحاسبية، وذلك من خلال اختبار أثر كل من التكاليف التعاقدية الممثلة فى خطط وحوافز الإدارة وعقود المديونية، وكذلك التكاليف السياسية – فى سلوك الإدارة فى اختيارها الطوعى لتعديل بيانات القوائم المالية للشركة بأثر التغير فى المستوى العام للأسعار، وهل يختلف ذلك الأثر باختلاف حجم الشركة؟ وقد جاءت نتائج الدراسة التى أجريت على (٥٢) شركة أمريكية قامت بتعديل قوائمها المالية وفق المستوى العام للأسعار، مدعمة لفرضيات هذه الدراسة، إذ بينت أن الشركات الكبيرة الحجم، فى ظل رغبتها فى تعديل قوائمها المالية وفق المستوى العام للأسعار، تختار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى تدنى مستوى الأرباح؛ وذلك لأن الوفورات الناتجة عن تخفيض الأرباح والمتمثلة فى تخفيض الضرائب وتحقيق وفورات فى تكاليف السياسة والتنظيمية، تزيد على التكاليف الإضافية

المصاحبة لعملية تخفيض الأرباح والمتمثلة فى تكاليف إنتاج المعلومة المحاسبية وتكاليف تعديل خطط وحوافز الإدارة، وفى المقابل وجد الباحثان أن هذه الوفورات هى أقل فى الشركات الصغيرة الحجم، ومن ثم فهى لا تمتلك الدوافع لاختيار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى خفض مستوى أرباحها (Watts and Zimmerman, 1978: 112-134).

أما Dhaliwal فقد درس أثر هيكل رأس مال الشركة فى اختيار الطرق والسياسات المحاسبية وذلك من خلال فرضية مفادها أن نسبة الديون إلى حقوق الملكية لا تعد محدداً لسلوك الإدارة فى اختيار طريقة معالجة تكاليف الاستكشاف فى شركات النفط. كما أعاد اختيار أثر حجم الشركة فى طبيعة العلاقة بين نسبة المديونية واختيار الإدارة لطريقة المعالجة. وقد أجريت الدراسة على عينتين من شركات النفط، إحداهما تتكون من (٧٢) شركة تطبق طريقة الكلفة الإجمالية، والأخرى تتكون من (٤١) شركة تطبق طريقة المجهودات المثمرة قبل صدور المعيار رقم (١٩) وعبر عن حجم الشركة بقيمة مبيعاتها. وقد جاءت النتائج غير مدعمة للفرضية؛ إذ وجد أن الشركات التى تزيد فيها نسبة المديونية تفضل اتباع طريقة الكلفة الكلية فى معالجة تكاليف الاستكشاف، وقد فسر Dhaliwal ذلك بأن طريقة الكلفة الكية مقارنة بطريقة المجهودات المثمرة تؤدى إلى زيادة كل من الدخل الدورى وحقوق الملكية، كما أن هذه الطريقة تحد من درجة تباين أرقام الدخل للفترات المحاسبية المتعاقبة، وهى كلها سمات مرغوب فيها من وجهة نظر عقود الافتراض؛ لأنها تؤدى إلى خفض تكاليف الوكالة. كما وجد أن حدة القيود الواردة فى اتفاقيات القروض تكون أكثر فى الشركات التى تكون نسبة المديونية فيها عالية؛ الأمر الذى دعم تفسير Dhaliwal لتلك النتيجة. كما أظهرت النتائج أن الشركات الكبيرة الحجم تميل بشكل كبير إلى استخدام طريقة الكلفة الكلية؛ وذلك لتتجنب تقلب أرقام الدخل عبر الفترات المتعاقبة (Dhaliwal, 1980: 78-84).

ودرس Moses تأثير كل من حجم الشركة والحصة السوقية وأجور العاملين والحوافز الإدارية وأخيراً رقابة المالكين فى سلوك الإدارة باختيار السياسات

المحاسبية، وذلك بالتركيز على التغيير الاختيارى للسياسات المحاسبية واستبعاد التغيرات الإجبارية والإلزامية. وقد شملت الدراسة (٢١٢) شركة أظهرت تقاريرها المالية تغيراً محاسبياً خلال الفترة الممتدة ما بين ١٩٧٥-١٩٨٠م. وجاءت النتائج داعمة لفرضيات الدراسة لكل من حجم الشركة والحصة السوقية وحوافز الإدارة، إذ أظهرت نتائج الاختبار الإحصائى علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين سلوك الإدارة نحو إدارة الأرباح وتلك العوامل، أما تأثير عاملى تكاليف العمل ورقابة العاملين فلم تظهر النتائج أي تأثير لهما فى سلوك الإدارة باختيار السياسات المحاسبية الهادفة إلى إدارة الأرباح (Moses, 1987: 358-377).

أما Bowen, Ducharme and Shores فقد درسوا العلاقة بين الحقوق الضمنية لأصحاب المصالح فى الشركة والسياسات المحاسبية المستخدمة من قبل الإدارة والتى تؤدى إلى تحسين سمعة الشركة وزيادة الثقة فى قدرتها على الوفاء بتعهداتها والتزاماتها الضمنية، حيث ترى الإدارة أن أصحاب المصالح فى الشركة من زبائن ومجهزين وعاملين، لا يمتلكون القدرة ولا حتى الرغبة فى إجراء التعديلات اللازمة على التقارير المالية للشركة لمعرفة نتيجة الاختلافات فى بدائل السياسات المحاسبية المطبقة على أداء الشركة وقدرتها على الوفاء بالتزاماتها، الأمر الذى يشجع الإدارة ويحفزها نحو اختيار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى زيادة الدخل وبالتالى التأثير فى تقديرات أصحاب المصالح فى الشركة. وقد اختبرت الدراسة فرضية أساسية مفادها أن اختيار الإدارة للطرق والسياسات المحاسبية التى تزيد الدخل المحاسبى ترتبط إيجابياً بمدى اعتماد الشركة على المتطلبات الضمنية لأصحاب المصالح. وقد كانت السياسات المحاسبية المختارة لتحقيق هدف هذه الدراسة، هى طرق تسعير المخزون وطرق احتساب الإهلاك حيث وصفت هذه السياسات بالمتغير التابع للدراسة، فى حين عد كل من مصاريف البحث والتطوير والكثافة العمالية ومصاريف الإعلان والترويج ونسبة المديونية وأوراق الدفع القصيرة الأجل وكلفة البضاعة المباعة، متغيرات مستقلة تعبر عن المتطلبات الضمنية لأصحاب المصالح، وقد جاءت نتائج الدراسة مدعمة لفرضيتها. كما اختبر الباحثون فى هذه الدراسة أثر نوع

القطاع الصناعى الذى تنتمى إليه الشركة فى طبيعة تلك العلاقة. بالإضافة إلى خطط الحوافز الإدارية والدوافع الضريبية وحجم الشركة، وقد أظهرت النتائج أن لجميع العوامل الأربعة أثراً فى اختيار السياسات المحاسبية وبالتالى فى علاقتها مع المتطلبات الضمنية لأصحاب المصالح، علماً أن الباحثين فى هذه الدراسة قد أولوا اهتمامًا كبيراً فى اختيار عينة دراستهم، إذ تم استبعاد أى شركة من العينة كانت قد غيرت طريقة تسعير المخزون أو الإهلاك خلال سنة الاختبار أو السنتين السابقتين عليها، لذلك كانت الدراسة تغطى خمس فترات ممتدة من ١٩٨١م لغاية ١٩٩٣م، وعينة الدراسة فى كل فترة هى على التوالى ١٣٤٢ شركة، ١٩٤٥ شركة، ٢٤٨٤ شركة، ٢٩٠٨ شركات، ٢٥٦٥ شركة، الأمر الذى ميزها عن سابقاتها من الدراسات (Bowen et. al., 1995: 255-295).

واستهدفت دراسة Burgstahler and Dichev أهمية إدارة الأرباح فى تجنب الانخفاض فى مستوى الأرباح وعند تحقيق الخسائر، وذلك عن طريق إدارة المستحقات الاختيارية لكل عناصر التدفقات النقدية الشتغيلية ورأس المال العامل فى ضوء تكاليف الوكالة، وقد قامت الدراسة على اختبار فرضيتين، تتعلق الأولى بأهمية إدارة الأرباح فى تجنب انخفاض مستوى الأرباح عند الحد الأدنى المقرر لحوافز الإدارة، فى حين تتصرف الثانية نحو أهمية إدارة الأرباح فى تجنب الخسائر، ولاختبار هاتين الفرضيتين اختار الباحثان عينتين لدراستهما، الأولى محققة أرباحاً متدنية، والثانية محققة خسائر خلال الفترة الممتدة ما بين ١٩٧٦-١٩٩٤م. وقد لاحظ الباحثان أن الشركات التى تكون فيها نسبة عالية من الأموال المتداولة والخصوم المتداولة عادة ما تلجأ إلى إدارة أرباحها من خلال بنود رأس المال العامل، أما الشركات التى تتميز بمستوى عالٍ من التدفقات النقدية التشغيلية فهى فى الغالب تفضل إدارة أرباحها عن طريقٍ بنود التدفقات النقدية التشغيلية. أما نتائج الدراسة فقد أوضحت أن (٨-١٢٪) فقط من مجموع الشركات التى حققت خسائر، قد مارست بالفعل عملية إدارة الأرباح، وعليه استنتج الباحثان أن الإدارة التى لم تستطع بلوغ الحد الأدنى من الأرباح اللازم للحصول على الحوافز لن تكترث بعملية إدارة الأرباح، على عكس الإدارة

التى تحقق خسائر، حيث تنظر إلى عملية إدارة الأرباح على أنها الوسيلة الفاعلة لضمان استمرارها الوظيفى وتجنّب عزلها، خاصة إذا ارتبط تقييم أدائها برقم صافى الربح (Burgstahler and Dichev,1997: 99-126).

وحاول Klumpes اختبار تأثير كل من معدل الضريبة وحجم الشركة ورقابة الملكية والقدرة الإيفائية للشركة، بوصفها محددات لسلوك الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية الممهدة للدخل، وذلك التأثير الواقع على عينة مؤلفة من (٢٨) شركة تأمين على الحياة فى أستراليا، والتى أجرت تغيراً فى سياساتها المحاسبية خلال الفترة الممتدة بين ١٩٩٢-١٩٩٣م، وقد جاءت نتائج الدراسة مدعمة للفرضية فيما يخص محدد حجم الشركة ومعدل الضريبة، حيث أظهر الاختبار الإحصائى وجود علاقة إحصائية معنوية موجبة بين هذين المتغيرين وسلوك الإدارة تجاه تمهيد الدخل، فى حين لم تظهر النتائج قبول الفرضية بشأن محدد رقابة الملكية والقدرة الإيفائية للشركة (Klumpes, 1998: 1-15).

وركز Godfery and Jones على دراسة تأثير التكاليف السياسية فى سلوك الإدارة عند اختيار السياسات المحاسبية الخاصة بتصنيف البنود غير العادية، وذلك من خلال دراسة أثر عدد من المحددات تمثلت فى "الحصة السوقية وتكاليف العمل والخوافز الإدارية"، وذلك على عينة مؤلفة من (٥٨) شركة خلال الفترة من ١٩٨٩-١٩٩٠م، وقد كانت فرضيات الدراسة كما يلى:

١- إن الشركات التى تمهد الدخل الاعتيادى باستخدام التصنيف الاختيارى لبنود المكاسب والخسائر المتكررة بوصفها بنوداً غير عادية - تتحمل تكاليف عمل أقل من الشركات التى لا تمهد الدخل باستخدام التمهيد التصنيفى للدخل الاعتيادى.

٢- إن الشركات التى تمهد الدخل الاعتيادى باستخدام التصنيف الاختيارى لبنود المكاسب والخسائر بوصفها بنوداً غير عادية - تكون فيها نسبة الحوافز الإدارية إلى الدخل التشغيلى أعلى من الشركات التى لا تمهد الدخل باستخدام التمهيد التصنيفى للدخل الاعتيادى.

٣- إن الشركات التى تمهد الدخل الاعتيادى باستخدام التصنيف الاختيارى لبنود المكاسب والخسائر بوصفها بنوداً غير عادية - تمتلك حصة سوقية أكبر من الشركات التى لا تمهد الدخل باستخدام التمهيد التصنيفى للدخل الاعتيادى.

ولقد أسفرت نتائج الدراسة عن دعمها للفرضية الأولى؛ إذ ثبت أن الشركات التى تدير أرباحها باستخدام التمهيد التصنيفى تكون أقل عرضة لضغوطات النقابات العمالية من تلك الشركات التى لا تدير أرباحها، من ثم تنخفض فيها تكاليف العمل مقارنة بشركات النوع الثانى. كما أوضحت نتائج الدراسة رفض الفرضيتين الثانية والثالثة؛ الأمر الذى يعنى عدم وجود أثر لكل من الحصة السوقية والحوافز الإدارية فى إجراءات الإدارة بشأن إدارة الربح الاعتيادى (Godfery and Jones, 1999: 229-254).

واستهدفت دراسة Beatty and Weber فحص أثر شروط عقد الاقتراض فى التغيرات الاختيارية التى تجريها الإدارة على الطرق والسياسات المحاسبية، وذلك عن طريق اختبار أربع فرضيات أساسية مفادها:

١- الشركة المرتبطة بعقود مديونية مع المصارف، ولديها حرية تغير الطرق المحاسبية، تلجأ إلى التغيرات التى تزيد من الدخل عندما يكون لهذه التغيرات أثر فى الشروط التعاقدية للدين.

٢- إن الشركة التى تسمح لها شروط عقود المديونية مع المصارف بإجراء التغيرات الطوعية للتأثير فى الشروط التعاقدية للدين، تكون أقل ميلاً لإجراء التغيرات التى تزيد من الدخل عندما يتوقعون أن تكون تكاليف الإخلال الفنى لشروط العقد منخفضة. ويقصد بالإخلال الفنى عدم التناسق وتناسب الأصول والخصوم بشكل يتوافق مع متطلبات عقد الدين.

٣- إن الشركة التى لديها عقود مديونية مع المصارف تسمح بإجراء تغيرات فى الطرق المحاسبية الطوعية للتأثير فى شروط العقد، تكون أكثر ميلاً لإجراء التغيرات فى الطرق المحاسبية المؤدية لزيادة الدخل، إذا احتوت شروط العقد

على الأداء السعرى على أساس محاسبى والتعهدات التقليدية. ويقصد بالأداء السعرى على الأساس المحاسبى بأنه سعر الفائدة على القرض المصرفى يرتبط بعلاقة عكسية مع التغيرات فى المقاييس المحاسبية للأداء المالى، بمعنى أن الفائدة على القرض بموجب الأداء السعرى تصبح متغيرة تبعاً لما تعكسه نسب الأداء المالى للشركة المقترضة.

٤- عندما تحتوى شروط العقد على محددات توزيع الأرباح، فإن احتمال قيام الشركة التى تسمح لها شروط عقد المديونية مع المصارف بإجراء تغيرات فى الطرق المحاسبية التى تؤدى إلى زيادة الدخل بدلاً من تخفيضه - يكون أكبر.

ولقد اختبرت الفرضيات الأربع على عينة مؤلفة من (١٢٥) شركة لديها عقود مديونية مع المصارف تسمح لها بإجراء تغيرات فى الطرق المحاسبية بشكل طوعى، وقد وجد الباحثان فى هذه الدراسة أن الشركات التى تقوم بإجراء تغييرات فى الطرق المحاسبية تميل بشكل واضح نحو التغيرات المؤدية إلى زيادة الدخل ولكن هذا الميل سرعان ما يتحول عندما تتوقع الشركة أن تكون تكاليف الإخلال الفنى لشروط العقد منخفضة. وقد لوحظ فى الدراسة أن تلك النتائج التى توصلت إليها لا تتغير حتى بعد الأخذ فى الاعتبار الدوافع الأخرى لتغيير الطرق والسياسات المحاسبية مثل حوافز الإدارة والحوافز الضريبية ونحو ذلك، وهذا يعنى أن عقود الدين تؤثر فى سلوك الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية (Beatty and Weber, 2003: 119-142).

وبحث Chen and Yuan فى تعليمات وكالة تنظيم الأوراق المالية بجمهورية الصين الشعبية، وهى تعليمات تخص حقوق الإصدار الجديد للأسهم، وأثر تلك التعليمات فى سلوك الإدارة باتجاه اختيار السياسات المحاسبية المحددة لعملية إدارة الأرباح، وذلك على خلفية ظاهرة العدد الكبير من الشركات التى استوفت شرط الإصدار والذى يفيد بضرورة تحقيق الشركة معدل الكبير من الشركات التى استوفت شرط الإصدار والذى يفيد بضرورة تحقيق الشركة معدلاً عائداً على حق الملكية لا يقل عن (١٠٪) للسنوات الثلاثة السابقة للإصدار، حيث كشفت المراجعة التاريخية لأداء الشركات المتقدمة للوكالة أن نحو (٢٥٪) منها لم

يكن أداؤها بالمستوى المطلوب ولم تكن قادرة على بلوغ ذلك المستوى من الأداء؛ الأمر الذى قد يثير الشكوك حول قيام إدارات هذه الشركات بعملية إدارة الأرباح مستفيدة فى ذلك من الحرية الممنوحة لها فى الاختيار من بين الطرق والسياسات المحاسبية البديلة، ولفحص هذه الظاهرة والتحقق من وجودها قام الباحثان باختيار (٤٤٠) شركة تقدمت إلى الوكالة للحصول على موافقات إصدار جديد للأسهم، حيث قسمت هذه العينة إلى مجموعتين: تضم المجموعة الأولى الشركات التى رفضت الوكالة طلباتها ويبلغ عددها (١١٦) شركة، فى حين تضم المجموعة الثانية الشركات التى قبلت الوكالة طلباتها وبلغ عددها (٣٢٤) شركة، وقد غطت الدراسة السنوات ١٩٩٦-١٩٩٨م. أما الفرضيات التى قامت عليها هذه الدراسة فهى:

١- إن قرارات الموافقة الصادرة عن وكالة تنظيم الأوراق المالية ذات علاقة سلبية مع المؤشرات الدالة على إدارة الأرباح.

٢- لاحقا لتقديم الطلب للحصول على حق الإصدار يكون أداء الشركات الحاصلة على الموافقة أفضل من أداء الشركات التى لم تحصل على الموافقة.

٣- من ضمن الشركات التى حصلت على حق الإصدار يكون مستوى أداء الشركات التى تقوم بعملية إدارة الأرباح لبلوغ التأهيل المطلوب للإصدار، أضعف من المتوسط السائد فى حقل الصناعة، وذلك على عكس الشركات التى لا تقوم بعملية إدارة الأرباح.

وقد جاءت نتائج الاختبار الإحصائى مدعمة لتلك الفرضيات الثلاث؛ مما يعنى أن أهداف المشروع الصينى فى توجيه الموارد الاستثمارية على القطاعات ذات الأداء الجيد كان يقابل بعملية إدارة الأرباح، أى أن عملية الأرباح كانت تضعف هذا الهدف (Chen and Yuan, 2004: 645-665).

أما فى العالم العربى فلم يجد الباحث أكثر من دراستين تناولتا البحث فى العوامل المحددة لاختيار الإدارة للسياسات المحاسبية، وهما دراسة (صالح ٢٠٠٣م: ٤٨٣-٥٣٣)؛ إذ استهدفت هذه الدراسة فحص الفرضيات الأساسية

التى قامت عليها نظرية المحاسبة الإيجابية لتفسير دوافع الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية، وذلك من خلال دراسة تجريبية على عينة من الشركات المساهمة السعودية يبلغ عددها (٤٨) شركة موزعة على ثلاثة قطاعات هى: صناعية وعددها (٢٣) شركة، وخدمية وعددها (١٦) شركة، وأخيراً زراعية وعددها (٩) شركات. وقد تأسست هذه الدراسة على اختبار خمسة فروض هى على النحو التالى:

١- إدارة الشركات ذات الحجم الكبير تميل نحو اختيار السياسات المحاسبية التى ينتج عنها تخفيض الأرباح.

٢- إدارة الشركات التى تحصل على ديون ومساعدات حكومية تميل نحو اختيار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى تخفيض الأرباح المحاسبية.

٣- إدارة الشركات ذات المعدل المرتفع من العمالة الأجنبية تميل نحو اختيار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى تخفيض الأرباح المحاسبية.

٤- إدارة الشركات التى لديها نظام الحوافز والمكافآت الإدارية يعتمد على الأرباح تميل نحو اختيار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى زيادة الأرباح.

٥- إدارة الشركات التى لديها نسب معدلات مرتفعة للمديونية تميل نحو اختيار السياسات المحاسبية التى تؤدى إلى زيادة الأرباح المحاسبية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أهمية بعض العوامل الاقتصادية مثل معدل العمالة الأجنبية ونسبة المديونية فى التأثير فى اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية بالشركات السعودية تأثيرًا يتفق مع الاتجاه المتوقع وفقًا للمدخل الإيجابى، فى حين جاء تأثير العوامل الأخرى متضاربًا، حيث كان تأثير عامل الحجم ضعيفًا فى اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية. كما جاء تأثير عقود الحوافز عكس الاتجاه المتوقع وفقًا للمدخل الإيجابى، وقد أرجع الباحث ذلك إلى عدم الإدراك الكامل من جانب الإدارة لكل من الآثار والأبعاد الاقتصادية لعملية اختيار السياسات المحاسبية، بالإضافة إلى عدم الدقة فى قياس بعض العوامل فضلاً عن غياب أو عدم وضوح المعايير التى تنظم بعض الممارسات المحاسبية.

أما الدراسة الثانية فهى دراسة (أبو الخير، ١٩٩٩م: ١ - ٤٠)، وقد استهدفت تقديم تفسيرات نظرية لظاهرة إدارة الأرباح وتحديد الدوافع التى تكمن وراءها، وذلك عن طريق دراسة ميدانية على عينة من الشركات المساهمة المصرية مؤلفة من (٤٧) شركة موزعة على ثمانية من الأنشطة، وقد غطت الدراسة الفترة الممتدة من ١٩٨٧م لغاية ١٩٩٦م وقد اختبرت الدراسة أربعة فروض أساسية هى:

١- مع بقاء العوامل الأخرى كما هى، فإن الإدارة تمارس استحقاقًا اختياريًا بتخفيض أو زيادة المخصصات إذا انخفضت أو ارتفعت أرباح الفترة المالية قبل معالجة المخصصات عن أرباح الفترة السابقة.

٢- مع بقاء العوامل الأخرى كما هى فإن الإدارة الجديدة للشركة تمارس استحقاقًا اختياريًا بتخفيض المخصصات المحاسبية لزيادة الربح فى أول سنة مالية تعد مسؤولة عنها مسؤولية كاملة.

٣- مع بقاء العوامل الأخرى كما هى، فإن الإدارة تمارس استحقاقًا اختياريًا بتخفيض المخصصات لزيادة الربح فى السنة المالية التى تسبق عملية طرح جزء من الأسهم للاكتتاب العام فى إطار سياسة الخصخصة.

وقد جاءت نتائج الاختبار الإحصائى مدعمة للفرضيات الثلاث، إذ تبين أن الإدارة تحاول دائمًا تخفيض النقص الذى يطرأ على الأرباح بتحويل جزء من رصيد المخصصات إلى الأرباح بطريقة أو بأخرى، كما تحاول الإدارة أيضًا أن تحد من أى زيادات كبيرة فى الأرباح، وذلك بتحويل جزء منها إلى المخصصات لاستخدامها فى تعويض أى نقص فى الأرباح مستقبلاً، وهو ما يعرف باختزان الربح، وتعد هذه العملية متصلة سنويًا ما لم تكن هناك دوافع موقفية أخرى تدفع الإدارة إلى زيادة الربح من سنة مالية بعينها إلى أخرى. كما أثبتت النتائج أن طرح جزء من الأسهم للاكتتاب يدفع الإدارة إلى أن تمارس استحقاقًا اختياريًا بتخفيض المخصصات لإحداث زيادة فى الأرباح.

منهجية الدراسة:

أولاً- مشكلة الدراسة:

من خلال الدراسة التحليلية للأدب المحاسبى فى مجال استخدام النظرية الإيجابية لدراسة البواعث الاقتصادية لعملية اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية، وقد اعتمدت على التكاليف التعاقدية والتكاليف السياسية بوصفها أهم العوامل الاقتصادية التى تؤثر فى اختيار الإدارة للسياسات والطرق المحاسبية - يتضح صحة معظم فرضيات هذه النظرية خاصة فى الدول التى وصلت إلى درجة عالية من التقدم والتطور فى مهنة المحاسبة، سواء على المستوى الأكاديمى أو على مستوى الممارسة المهنية. إلا أن ذلك الأدب المحاسبى الزاخر تجاهل عنصرًا مهمًا لتفسير عملية الاختيار الإدارى للسياسات المحاسبية بالنسبة للدول التى مازالت مهنة المحاسبة فيها فى دور التكوين والنمو، يتمثل فى العوامل البيئية التى تميز فكر وسلوك واتجاهات وثقافات مجتمع معين عن مجتمع آخر، وبالتالى فإنه ليس بالضرورة الحتمية أن يصح شرح وتفسير الظاهرة فى مجتمع معين ثم إنزال هذا الشرح أو التفسير على الظاهرة نفسها فى كل المجتمعات، وعليه فإن البواعث الاقتصادية الكامنة وراء عملية اختيار السياسات المحاسبية من قبل إدارات الشركات المساهمة العامة الأردنية، ليست بالضرورة هى نفسها الموجودة فى الدول المتقدمة أو حتى النامية منها؛ لذا رأى الباحث أن يمحور مشكلة دراسته فى السؤالين التاليين:

١- هل تصح فرضيات نظرية المحاسبة الإيجابية فى شرح وتفسير الدوافع الاقتصادية لعملية اختيار الطرق والسياسات المحاسبية فى شركات المساهمة العامة الأردنية؟

٢- هل تختلف تلك الدوافع بين الشركات باختلاف نسبة تركيز الأسهم فى مجلس إدارة الشركة؟

ثانياً - عينة الدراسة:

لبحث مشكلة الدراسة يتطلب الأمر تحديد عينة الاختبار، وهنا لا بد بداية

من تشخيص وجود ظاهرة الاختيار من بين الطرق والسياسات المحاسبية فى الشركات المساهمة العامة فى الأردن، ولهذا الغرض قام الباحث بتتبع الإيضاحات المرفقة بالتقارير المالية السنوية للشركات لعامى ٢٠٠٣ و ٢٠٠٤م، وتمكّن عن طريق الفحص المتمعن لهذه الإيضاحات من رصد التزايد الملفت للانتباه لحالة قيام إدارات الشركات بتغيير الطرق والسياسات المحاسبية المستخدمة من قبلها فى إعداد المعلومات المحاسبية، خاصة فى طرق احتساب الإهلاك وطرق تسعير المخزون، إذ بلغت نسبة الشركات التى قامت بذلك الإجراء فى سنة ٢٠٠٤م نحو (٥٤,٧٪) من مجموع الشركات المسجلة فى بورصة عمان، أى بزيادة نحو (٣٢,١٪) عما كانت عليه فى سنة ٢٠٠٣م، الأمر الذى قد يدلل على تحول عملية التغيير فى الطرق والسياسات المحاسبية من حالات محدودة إلى ظاهرة يمكن أن يكون لها عواقب غير محمودة على مستقبل كفاءة السوق المالى فى الأردن، وخاصة إذا كان الهدف من وراء تلك العملية إدارة أرباح هذه الشركات، ذلك لما يترتب على هذه العملية من مخاطر، لذا يرى الباحث من الضرورى التحقق من الغاية التى ترجوها إدارات الشركات من عملية تغيير الطرق والسياسات المحاسبية قبل الولوج فى دراسة البواعث الاقتصادية لعملية اختيار الطرق والسياسات المحاسبية، وذلك لتحديد عينة الاختبار بشكل دقيق وعلمى، ولهذا الغرض قام الباحث بتحديد طريقتين محاسبيتين شاع تغييرهما فى سنة ٢٠٠٤م بين الشركات، ثم بوب الشركات التى قامت بتغييرهما حسب كل طريقة، ثم اختبر أثر التغيير فى صافى الأرباح لتعيين الشركات التى مارست إدارة الأرباح عن طريق تغيير فى الطرق والسياسات المحاسبية وتمييزها عن الشركات التى لم تستهدف من التغيير التأثير فى الأرباح، وذلك باستخدام مقياس (Herrmann and Inoue, 1996). ويوضح الجدول رقم (١) نتائج هذا الاختبار التى تظهر بجلاء قيام معظم الشركات بتغيير طرق حساب الإهلاك وطرق تسعير المخزون بهدف إدارة الأرباح، وعليه فإن عينة الدراسة تتكون من الشركات التى تدير أرباحها فقط.

ويلاحظ من التوزيع النوعى للعينة أن النسبة الكبرى من الشركات التى قامت

بعملية إدارة الأرباح تنتمى إلى القطاع الصناعى حيث بلغت نسبتها نحو (٥٤٪) من مجموع الشركات الممهدة للدخل، وإن نسبة (٥٢,٥٪) من شركات هذا القطاع قد غيرت طريقة تسعير المخزون، فى حين استخدمت النسبة الباقية من شركات هذا القطاع سياسة احتساب الإهلاك فى إدارتها لأرباح شركاتها. ويلاحظ من الجدول رقم (١) أن الشركات التى تنتمى إلى قطاع الخدمات والقطاع المالى المتمثل فى شركات التأمين والبنوك قد لجأت إلى استخدام أسلوب التغيير فى طريقة احتساب الإهلاك حصرًا فى إدارتها للأرباح.

جدول رقم (١)

نتائج اختبار إدارة الأرباح فى الشركات الأردنية لعام ٢٠٠٤م

نوع السياسة المحاسبية التى جرى عليها التغيير	الشركات التى تدير أرباحها			الشركات التى لا تدير أرباحها		
	صناعى	خدمى	تأمين البنوك	صناعى	خدمى	تأمين البنوك
التغيير فى طرق احتساب الإهلاك	١٩	١٩	١٥	٧	١٠	٨
التغيير فى طرق تسعير المخزون	٢١	–	–	٦	–	–

ثالثًا - فرضيات الدراسة:

فى ضوء سؤالىّ مشكلة الدراسة، من جهة، والعرض التحليلى الآتى لفرضيات النظرية الإيجابية للمحاسبة فى مجال تفسير دوافع الإدارة فى اختيار السياسة المحاسبية من جهة ثانية، يضع الباحث فرضيات دراسته على النحو التالى:

أ- الفرضيات المتعلقة بالبواعث الاقتصادية لعملية اختيار السياسة المحاسبية:

تتفق الأدبيات على أن البناء الفكرى لنظرية المحاسبة الإيجابية يقوم على ثلاث فرضيات هى: فرضية الحوافز والمكافآت الإدارية، وفرضية شروط عقود المديونية، وفرضية التكاليف السياسية، وفيما يلى عرض لهذه الفرضيات، وذلك لاعتماد الباحث عليها فى صياغة فرضيات دراسته:

١- فرضية خطط الحوافز والمكافآت الإدارية:

تنشأ خطط الحوافز والمكافآت الإدارية أساسًا لتقليل حدة التعارض فى المصالح بين الإدارة والمساهمين الناتج عن سعى كل منهم إلى تعظيم دالة منفعته الشخصية. وبذلك فإن خطط الحوافز والمكافآت تجمع بين مصلحة الإدارة ومصلحة المالكين لتحقيق هدف مشترك هو تحسين قيمة الشركة فى السوق المالى عن طريق تحسين أسعار أسهمها. ونظرًا لكون هذه الخطط، تبنى عادة على رقم صافى الربح للشركة، فإن الإدارة تسعى دائمًا إلى تحسين هذا الربح ليعكس الصورة الجيدة لأداء إدارة الشركة، ويتم ذلك من خلال اختيار الطرق والسياسات المحاسبية المؤدية إلى زيادة الأرباح. ولقد أشارت دراسة Watts and Zimmerman, (1978) إلى سلوك الإدارة فى هذا المجال بفرضية الحوافز الإدارية التى تفيد أن مديرى الشركات التى تتحدد مكافآتهم فى ضوء معيار صافى الربح، يلجؤون فى الغالب إلى استخدام طرق وسياسات محاسبية تؤدى إلى نقل الأرباح التى تخص فترات مالية لاحقة إلى الفترة المالية الحالية.

وقد حظيت هذه الفرضية بقدر كبير من اهتمام الدراسات الميدانية التى حاولت التحقق من صحتها، فعلى سبيل المثال بينت دراسة (Zwijewski and Hagerman, 1981: 129-149) التى استهدفت التنبؤ بالاختيار الإدارى للسياسات المحاسبية عن طريق دراسة الإستراتيجية التى تستخدمها الإدارة العليا فى اختيار طريقة تسعير المخزون واحتساب إهلاك الموجودات الثابتة، بينت هذه الدراسة أن اتجاه الإدارة يكون نحو البدائل التى تؤدى إلى تعظيم الأرباح عندما ترتبط خطط حوافزها برقم صافى الربح. كما أوضحت دراسة Healy وزملائه دور الإدارة فى تعظيم منفعتها المتمثلة فى الحوافز والمكافآت التى تحصل عليها أو المحافظة عليها دون تخفيض، والتى تعتمد على رقم صافى الربح، من خلال التغيير فى استخدام طريقتين هما: التحول من طريقة "القسط المتناقص" إلى طريقة «القسط الثابت» فى احتساب الإهلاك، والتحول من طريقة «الوارد أولاً صادر أخيرًا» إلى طريقة «الوارد أولاً صادر أولاً» فى تسعير المخزون، وقد خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية (Healy et. al., 1987: 7-34):

- وجود تغييرات فى الجزء الثابت والمتغير من خطط الحوافز، وذلك بعد تغير الطريقة المحاسبية؛ مما يعنى محاولة الإدارة تجنب تأثير تغير الطريقة المحاسبية فى تخفيض ما تحصل عليه من حوافز ومكافآت، وذلك عن طريق تعديل الجزء الثابت أو المتغير فى تلك الخطط.

- الثبات فى خطط احتساب الحوافز والمكافآت المرتبطة برقم صافى الربح فى حالة ثبات الطريقة المحاسبية.

أما دراسة (Fudenberg and Tirale, 1995: 75-93) فقد نظرت إلى الحوافز الإدارية من ناحية المكاسب المعنوية وليس المادية للإدارة، حيث اعتبرت الاستقرار الوظيفى للإدارة وضمان استمرار المديرين فى وظائفهم بالشركة من الدوافع الأساسية وراء اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية المؤدية إلى زيادة الأرباح، حيث وجدت هذه الدراسة علاقة إيجابية قوية بين طول مدة بقاء المديرين فى وظائفهم وتغيير الطرق المحاسبية.

وتأسيسًا على ما تقدم صاغ الباحث فرضية دراسته الخاصة بباعث الحوافز الإدارية على النحو التالى:

«إن إدارة الشركات التى لديها نظام لحوافز ومكافآت إدارية يعتمد على صافى الأرباح تميل إلى اختيار طريقة تسعير المخزون أو احتساب إهلاك الموجودات الثابتة، التى تؤدى إلى زيادة الأرباح».

٢- فرضية التكاليف السياسية:

يقصد بالتكاليف السياسية تلك التى تتحملها الشركة، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، نتيجة صدور قرارات سياسية، أو ما تقوم به الدولة من إجراءات تنظيمية أو ما تسنه من تشريعات من شأنها أن تؤثر فى قيمة الشركة، أو تحول الثروة من الشركة إلى الدولة أو بين الأطراف ذوى المصالح فى الشركة، أو تزيد من سيطرة الدولة على الموارد المتاحة للمجتمع. ويمكن تصنيف تأثير التكاليف السياسية إلى تأثير مباشر من خلال تنظيم محتويات التقرير المالى، وتأثير غير

مباشر ينتج من استخدام المؤسسات الحكومية لما يتضمنه التقرير المالى من معلومات تكون أساسًا لغرض إجراءات تنظيمية معينة تحمل الشركة تكاليف إضافية مثل تلك التى تنشأ عن مطالب نقابات العمال وزيادة نسبة الضرائب أو فرض ضرائب جديدة (Parfet, 2000: 481-488)؛ لذا توصف هذه التكاليف بأنها واحدة من البواعث الاقتصادية المؤثرة فى تفضيل الإدارة للطرق والسياسات المحاسبية المؤدية إلى تخفيض الأرباح (Watts and Zimmerman, (1978.

ولقد أوضحت الدراسة السابقة أنه كلما زادت درجة حساسية الشركة سياسيًا لجأت إلى تبنى السياسات المحاسبية التى تظهر مستويات منخفضة من الأرباح، وذلك لتجنب تعرضها للتدخل الحكومى وفرض ضرائب أعلى على أنشطتها. ولصعوبة القياس المباشر للتكاليف السياسية؛ استخدم الباحثون مقاييس تقريبية للتعبير عن هذه التكاليف، وأكثر هذه المقاييس استخدامًا هى مقياس حجم الشركة حيث افترضت الدراسات الميدانية وجود ارتباط بين حجم الشركة وتعرضها للتدخلات الحكومية، فكلما كان حجم الشركة كبيرًا، زاد احتمال التدخلات السياسة خلال فترات ارتفاع الأرباح، ومن ثم فإنه كلما زاد حجم الشركة زادت درجة حساسيتها السياسية، وزاد احتمال اختيارها للسياسات المحاسبية التى تؤدى إلى تخفيض مستوى الأرباح. ولقد أكدت نتائج الكثير من الدراسات أهمية التكاليف السياسية فى تحديد سلوك الإدارة فى الاختيار من بين البدائل المحاسبية، فعلى سبيل المثال بينت دراسة (Morse and Richardson, 1985: 106-127) أن حجم الشركة له علاقة باستخدام طريقة «الوارد أخيرًا صادر أولاً»، عندما أظهرت الاختبارات التى تمت فى هذه الدراسة أن الشركات كبيرة الحجم تحاول الحصول على منافع ضريبية كبيرة، ومن ثم فإنها تتجه إلى تغيير طريقة تسعير مخزونها من طريقة «الوارد أولاً صادر أولاً» إلى طريقة «الوارد أخيرًا صادر أولاً» فى الفترات التى تحقق فيها الشركة أرباحًا عالية، كما بينت أن الشركات الصغيرة الحجم تسعى دائمًا إلى عدم استخدام طريقة «الوارد أخيرًا صادر أولاً»؛ لأن المنافع الضريبية التى يمكن أن تحققها لا تكفى لتغطية التكاليف الناتجة عن التحول إلى تلك الطريقة، وقد أيدت دراسة

(Lindahi, 1989: 201-225) ما توصلت إليه دراسة Morse and Richardson حينما أظهرت نتائجها وجود علاقة بين حجم الشركة واختيار طريقة تسعير المخزون، إذ تبين من نتائج هذه الدراسة أن الشركات ذات الحجم الكبير تكون أكثر رغبة فى اختيار طريقة «الوارد أخيرًا صادر أولاً». أما دراسة (Herrman and Inoue, 1996: 161-178) فقد وجدت علاقة ارتباط قوية بين حجم الشركة ورغبتها فى استخدام طريقة احتساب الإهلاك، حيث أظهرت نتائج الاختبار الإحصائى أن الشركات الكبيرة الحجم تفضل دائمًا اختيار طريقة الإهلاك التى تؤدى إلى تخفيض أرباحها المحاسبية، وهو على عكس الشركات الصغيرة الحجم، وذلك لتحقيق مكاسب ضريبية وتجنب الضغوطات السياسية.

وتأسيسًا على ما تقدم صاغ الباحث فرضية دراسته الخاصة بباعث التكاليف السياسية على النحو التالى:

«تميل إدارة الشركات الكبيرة الحجم إلى اختيار طريقة تسعير المخزون أو احتساب إهلاك الموجودات الثابتة التى تؤدى إلى خفض الأرباح، وذلك بهدف خفض التكاليف السياسية».

٢- عقود المديونية:

يلجأ المقرضون فى معظم الحالات إلى إبرام عقود بينهم وبين إدارة الشركة يتم بمقتضاها وضع قيود تحد من حرية الإدارة فى اتخاذ قرارات التمويل والاستثمار التى تقلل من قدرة الشركة على الإيفاء بالتزاماتها، مثل الحد من إصدار ديون جديدة أو تحديد حد أقصى لتوزيعات الأرباح أو تحديد حد أقصى للسيولة والمديونية (Van Praag, 2001: 16) لذا من المحتمل أن تميل الإدارة إلى تفضيل الطرق والسياسات التى تساعدها على التخفيض من حدة الشروط المقيدة لحريتها، وفى الوقت نفسه تجنبها الوقوع فى المساءلة الناتجة عن تجاوز شروط العقد. ولقد أشارت دراسة (Watts and Zimmerman, (1978 إلى هذا السلوك الإدارى بفرضية شروط منح الائتمان التى تفيد أن مديرى الشركات التى تتصف نسبة المديونية فيها بالارتفاع يميلون إلى اختيار الطرق والسياسات

المحاسبية التى تنقل الأرباح من الفترات اللاحقة إلى الفترة الحالية، وذلك لخلق انطباع جيد لدى المقرضين عن القدرة الإيفائية للشركة وتجنب ارتفاع كلفة رأس المال المقترض.

وقد حاولت عدة دراسات فحص أثر قيود عقود المديونية فى اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية، فعلى سبيل المثال بحثت دراسة (Dhliwai et. al., 1982: 41-52) فى أثر هيكل الملكية فى اختيار طريقة إهلاك الموجودات الثابتة، وخلصت إلى نتيجة مفادها أنه كلما زادت قيود عقود المديونية، زادت دوافع الإدارة نحو اختيار طريقة الإهلاك التى تؤدى إلى زيادة الأرباح، وذلك لتجنب تجاوز قيود المديونية. كما أظهرت دراسة (Warfield et. al., 1995: 61-91) علاقة ارتباط موجبة بين نسبة المديونية وسلوك الإدارة نحو تغيير طريقة احتساب الإهلاك، حيث وجدت أن الشركات المرتبطة بعقود مديونية ذات شروط مقيدة إلى حد كبير لحرية الإدارة، يكون المديرون فيها ميالين إلى تغيير طريقة الإهلاك، وذلك باختيار الطريقة التى تؤدى إلى زيادة الأرباح، ويصفون هذا الاختيار بأنه الوسيلة الفاعلة لتجنب ارتفاع كلفة رأس المال. أما Hunt فقد بين فى دراسته ذات العنوان «محددات قرارات تسعير المخزون فى الشركات» أن نسبة المديونية فى الشركات التى لم تغير طريقة تسعير مخزونها إلى طريقة «الوارد أخيرًا صادر أولاً»، تكون قريبة من انتهاك القيود المحددة لعقد الدين بصورة أكبر من الشركات التى تحولت إلى طريقة «الوارد أخيرًا صادر أولاً»، مما يعنى ذلك وجود أثر لقيود عقود المديونية فى الاختيار الإدارى للسياسات المحاسبية (Hunt, 1985: 448-542).

وتأسيسًا على ما تقدم صاغ الباحث فرضية دراسته المتعلقة بقيود المديونية على النحو التالى:

«إن الشركات التى ترتفع فيها نسبة المديونية يكون المديرون فيها ميالين إلى اختيار طريقة تسعير المخزون أو احتساب إهلاك الموجودات الثابتة التى تؤدى إلى زيادة الأرباح».

ب- الفرضية الخاصة بمحدد نسبة تركيز الأسهم فى مجلس الإدارة:

لقد بات واضحًا أهمية الدور الذى تلعبه البواعث الاقتصادية السالفة الذكر فى عملية اختيار السياسات المحاسبية، غير أن هذه الأهمية تتأثر ببعض المحددات التى قد يؤدى عدم مراعاتها، عند اختيار السياسات المحاسبية، غير أن هذه الأهمية تتأثر ببعض المحددات التى قد يؤدى عدم مراعاتها، عند اختيار السياسات المحاسبية، إلى نتائج غير مرغوب فيها، ومن ثم تحويل عملية إدارة الربح من وسيلة إيجابية إلى أداة سلبية، ومن هذه المحددات نسبة تركيز الأسهم فى مجلس إدارة الشركة حيث دلت الدراسات السابقة على أن مديرى الشركات التى لديها نظام حوافز ومكافآت إدارية المرتبط برقم صافى الأرباح، وفى الوقت نفسه يملكون جزءًا من رأس مال الشركة يواجهون فى الغالب موقفاً حرجًا فيما يخص تقرير مستوى الربح المرغوب فى الإفصاح عنه فى التقرير المالى، وذلك لتعارض أبعاد مصالحهم الشخصية، فالمستوى العالى من الأرباح لا شك يضمن لهم مستوى عاليًا من الحوافز والمكافآت الإدارية، لكنه فى المقابل سيزيد من الأعباء الضريبية والتكاليف السياسية للشركة عمومًا، الأمر الذى قد يخفض من حصة السهم من توزيعات الأرباح، ومن ثم قيمة السهم فى السوق المالى، وهو ما لا يرغب فيه المالكون، لذا يجب عليها عند اختيار السياسات المحاسبية أن توازن بين هذه العوائد (Carlson and Bathala, 1997: 179-196). وقد دلت الدراسات على أن المديرين فى الشركات التى تنتشر فيها قاعدة الملكية بشكل واسع يكونون فى وضع أفضل لتبنى السياسات التى يرونها مناسبة لخدمة تركيز الأسهم فى الإدارة على اختيارها لطريقة تسعير المخزون، حيث بينت أنه فى حالة انخفاض نسبة تركيز الأسهم فى مجلس الإدارة فإن المنافع الناتجة عن الإفصاح عن المستويات العالية للأرباح تفوق التكاليف السياسية الناشئة عن تلك الأرباح، وكذلك المدفوعات الضريبية، وهذا يعنى أن الإدارة فى مثل هذه الحالة ستلجأ إلى اعتماد طريقة «الوارد أولاً صادر أولاً»، أما عندما تكون نسبة التركيز للأسهم عالية فإن الأثر السلبى للتكاليف السياسية والأعباء الضريبية على الأرباح ومن ثم أسعار الأسهم فى السوق المالى، سوف يمنع الإدارة من اختيار طريقة «الوارد أولاً صادر أولاً» (Neihaus, 1989: 269-281).

وتأسيسًا على ما تقدم صاغ الباحث الفرضية التالية:

«كلما زادت نسبة تركيز الأسهم فى مجلس إدارة الشركة، تلاشى تأثير خطط حوافز الإدارة والتكاليف السياسية فى قرار الإدارة بشأن اختيار طريقة تسعير المخزون واحتساب إهلاك الموجودات الثابتة، وزاد دور عقود المديونية فى هذا المجال.

رابعًا - متغيرات الدراسة:

تتكون متغيرات الدراسة من نوعين هما: المتغيرات التابعة وتتمثل بالطرق والسياسات المحاسبية التى شاع استخدامها فى الشركات المساهمة العامة الأردنية، أما النوع الثانى فهى المتغيرات المستقلة وتتمثل بالبواعث الاقتصادية لعملية التغيير فى الطرق والسياسات المحاسبية، وفيما يلى عرض لهذه المتغيرات:

أ- الطرق والسياسات المحاسبية:

نظرًا لتعدد وتنوع الطرق والسياسات المحاسبية فإن الباحث سيركز اهتمامه على أكثرها شيوعًا فى الاستخدام من قبل إدارات الشركات الأردنية فى إدارة أرباحها وهما: طرق تسعير المخزون وطرق احتساب الإهلاك وعلى النحو المبين:

١- الطرق البديلة لسياسة تسعير المخزون:

يعد بند المخزون من الأصول المهمة فى الشركات، والمشكلة الأساسية فى هذا البند تتمثل فى حقيقة أن السلع التى تباع خلال الفترة المالية نادرًا ما تتطابق تمامًا مع السلع المشتراة أو المصنعة خلال الفترة، ونتيجة لذلك ظهرت أهمية تخصيص كلفة السلع المتاحة للبيع على كل من السلع المستخدمة أو المباعة، وتلك التى لا تزال لدى الشركة حتى نهاية الفترة، ومن ثم فهناك علاقة واضحة بين التكاليف والمخزون يمكن التأثير فيها من خلال الطرق المختلفة لتسعير المخزون، حيث أفرزت الدراسات فى هذا الخصوص العديد من الطرق، إلا أنه يمكن تبويبها فى مجموعتين أساسيتين هما:

- مجموعة الطرق المستندة فى التسعير على أساس الكلفة فقط، مثل «طريقة المتوسط المرجح» و«طريقة الوارد أولاً صادر أولاً» و «طريقة الوارد أخيرًا صادر أولاً».

- مجموعة الطرق المستندة فى التسعير على أساس الكلفة وغيرها، مثل طريقة سعر السوق أو الكلفة أيهما أقل، وطريقة سعر البيع، وطريقة صافى القيمة القابلة للتحقق وكلفة الإحلال.

ويوضح الجدول رقم (٢) الخصائص الأساسية لأهم ثلاثة طرق استخدمت من قبل الشركات عينة الدراسة، وذلك لإدراك مدى المرونة المتاحة للإدارة للاختيار من بين الطرق والسياسات المحاسبية عندما ترغب فى إدارة أرباحها.

٢- الطرق البديلة لسياسة احتساب الإهلاك:

لا شك أن الأصول المعمرة تقتنى بهدف الحصول على منافعها الاقتصادية فى المستقبل من خلال مساهمتها فى تحقيق الإيراد، ومن ثم فإن جزءًا من كلفتها يجب أن يحمل على تلك الإيرادات خلال الفترة التى تحققت فيها، وذلك بما يحقق متطلبات الكلفة التاريخية وقياس الدخل. ويوجد فى الأدب المحاسبى العديد من الطرق التى يمكن اتباعها لاحتساب الإهلاك، يوفر كل منها نموذجًا مختلفًا من التخصيص، ومن ثم آثارًا مختلفة على القوائم المالية، الأمر الذى يتيح للإدارة فرصة الاختيار من بين هذه النماذج وفقًا لدالة تفضيلاتها، خاصة أن المعايير المحاسبية الدولية لم تشر أو تلزم إدارة الشركات بضرورة اتباع طريقة معينة للاحتساب شريطة الثبات عليها من فترة لأخرى والإفصاح عن أى تغيير وأسبابه، ويوضح الجدول رقم (٣) الآثار المترتبة على كل طريقة من طرق احتساب الإهلاك.

جدول رقم (٢)
خصائص طرق تقييم المخزون وأثرها فى القوائم المالية

طرق التقييم	الخصائص				أثر التغير فى الأسعار على القوائم المالية			
	المفهوم والسمات الأساسية	الأثر فى قائمة الدخل	الأثر فى قائمة المركز المالى	شروط خاصة	حالة ارتفاع الأسعار		حالة انخفاض الأسعار	
					الأثر فى صافى الدخل	الأثر فى المركز المالى	الأثر فى صافى الدخل	الأثر فى المركز المالى
١- طريقة المتوسط المرجح.	- يتم تقدير المخزون على أساس المتوسط المرجح للوحدة على مدى الفترة، بما يدنى أثر تقلبات الأسعار. - تنتقد أساسًا فى أن تكلفة الوحدة المستخدمة فى تحديد تكلفة المبيعات لا تحقق مفهوم المقابلة.	١- لا تعكس مقابلة التكاليف الجارية بالإيرادات الجارية. ٢- تعتبر محايدة بالنسبة لتحديد الدخل حيث إن مجمل الربح الناتج عنها يقع فى المدى بين الطريقتين التاليتين.	يظهر المخزون بقيمة متوسطة لا تعكس قيمة المركز المالى بمقاييس التكلفة التاريخية أو الجارية.	يفضل اتباعها حالة تذبذب الأسعار هبوطًا وصعودًا.	تعد محايدة بالنسبة للمخزون وتكلفة البضاعة المباعة وتكون القيم فى المدى بين القيمتين الناتجتين من «طريقة الوارد أولاً صادر أولاً» و«طريقة الوارد أخيرًا صادر أولاً».			
٢- طريقة الوارد أولاً صادر أولاً.	- تعتبر تقريبًا لطريقة التعيين العينى وواسعة الانتشار لبساطتها. - رقابة الإدارة محدودة على اختيار الوحدات. - صعوبة فصل المكاسب والخسائر التى تنتج عن تغييرات الأسعار عن الدخل الناتج من قرارات الإدارة فى نظام العمليات العادية.	١- لا تعكس مقابلة التكاليف الجارية بالإيرادات الجارية. ٢- الربح الناتج لا يعبر عن حقيقة الأرباح سواء عند ارتفاع أو انخفاض الأسعار.	يظهر المخزون آخر المدة بتكلفة أحدث التكاليف ويفترض أنها تقريب لتكلفة الإحلال.	يفترض أن تباع السلع على أساس «الوارد أولاً صادر أولاً».	أعلى صافى دخل	أعلى قيمة مخزون	صافى دخل منخفض	أدنى قيمة مخزون
٣- طريقة الوارد أخيرًا صادر أولاً.	- تبرز فكرة أن المخزون الأساسى يشبه أصلاً ثابتًا يجب المحافظة عليه باستمرار ولكنه يبوب أصلاً متداولاً. - يفضل اتباعها لأغراض ضريبة الدخل.	١- تسهيل مقابلة التكاليف الجارية مع الإيرادات الجارية بشكل جزئى، حيث تم تحديد تكلفة المبيعات بقيمة أحدث المشتريات. ٢- تسمح بانسياب الدخل على مدار الدورة التجارية حالة تقلبات الأسعار.	يظهر المخزون بأسعار فترات ماضية لا تعبر عن الظروف الحالية.	تكون صحيحة إذا لم تتم تصفية المخزون الأساسى. تكون مفيدة إذا كانت مكاسب وخسائر الحيازة ملائمة.	أدنى صافى دخل بشرط عدم تصفية مخزن أول المدة.	يقيم المخزون بالأسعار الأقل.	صافى دخل مرتفع.	أعلى قيمة مخزون.

جدول رقم (٣)
أثر طرق الإهلاك فى القوائم المالية

الخصائص / الطرق	المفهوم	الأثر فى قائمة الدخل	الأثر فى الميزانية
١- القسط الثابت	- يعتبر الاستهلاك دالة فى الزمن وليس فى الاستخدام. - يعتبر التقادم على مدار الزمن عاملاً محدداً لتناقص خدمات الأصل. - ثبات مصروفات الصيانة وكفاءة التشغيل. - إهمال عامل الفائدة، أو افتراض أن تكلفة رأس المال تساوى صفراً.	- إن إهمال عامل الفائدة يؤدى إلى أن صافى الدخل يظهر معدلاً متزايداً للعائد على مجموع رأس المال المستثمر، ولكنه يتراجع فى نهاية عمر الأصل وإحلاله بنفس التكلفة. - تتحمل قائمة الدخل مبالغ متساوية من تكلفة الأصل لكل فترة مالية.	صافى القيمة الدفترية = القيمة الأصلية - الإهلاك المتراكم ↓ تنخفض القيمة بشكل ثابت من فترة لأخرى ما لم تحدث إضافات أو تخلص من بعض الأصول.
٢- طرق العبء المتغير	- يعتبر الاستهلاك دالة فى الاستخدام وليس الزمن. - يفضل اتباعها إذا كان التقادم لا يمثل عاملاً مهمًا فى تحديد العمر الإنتاجى للأصل.	- تتحمل قائمة الدخل بعبء استهلاك متغير من سنة لأخرى بحسب طريقة الحساب، إما بناء على وحدات الإنتاج أو على أساس الإيرادات.	صافى القيمة الدفترية = القيمة الأصلية - الإهلاك المتراكم ↓ تنخفض القيمة من فترة لأخرى بشكل متغير.
٣- طريقة العبء المتزايد	- يفضل اتباعها إذا كانت الإيرادات وكفاءة التشغيل ثابتة أو متزايدة على مدار حياة الأصل. - أن تكون مصروفات الإصلاح والصيانة ثابتة أو متناقصة على مدار حياة الأصل.	- تتزايد أعباء الاستهلاك من فترة لأخرى. إذا تحققت الشروط الخاصة بها فإن التدفق النقدى أو صافى المساهمة فى إيرادات كل فترة ستتسم بالثبات.	تعبر قيمة الأصل فى كل فترة مالية عن القيمة المخصومة للمساهمات الباقية (الخاصة بالسنوات التالية).
٤- طرق العبء المتناقص	يفضل اتباعها إذا ما: - تزايدت أعباء الإصلاح. - تناقصت كفاءة التشغيل والإيرادات. - زيادة عدم التأكد فى إيرادات السنوات الأخيرة.	- تتحمل السنوات الأولى من استخدام الأصل بعبء استهلاك أكبر من السنوات الأخيرة مما يظهر أرقامًا ربحية أقل فى السنوات الأولى.	تتناقص قيمة الأصل بدرجة كبيرة فى السنوات الأولى وبدرجة أقل فى السنوات الأخيرة.

وبناء على الأساس النظرى لسياستى تسعير المخزون واحتساب الإهلاك، وفى ضوء معطيات التقارير المالية لسنة ٢٠٠٤م للشركات عينة الدراسة، بوب الباحث شركات عينة الدراسة إلى مجموعتين بحسب أثر تغيير السياسة المحاسبية فى صافى أرباح سنة ٢٠٠٤م، تمثل المجموعة الأولى الشركات التى غيرت طريقة تسعير المخزون أو طريقة احتساب إهلاك الموجودات الثابتة بهدف زيادة صافى أرباحها، أما المجموعة الثانية فهى الشركات التى غيرت الطريقة المحاسبية الخاصة بتسعير المخزون أو احتساب الإهلاك بهدف خفض أرباحها. وبين الجدول رقم (٤) عدد هذه الشركات فى كل مجموعة.

ولغرض تكميم المعلومات المتعلقة بهذين المتغيرين التابعين، فقد أعطى الباحث قيمة (١) للشركة التى غيرت سياستها المحاسبية بهدف زيادة الأرباح، والقيمة (-١) للشركة التى غيرت سياستها المحاسبية بهدف خفض الأرباح.

جدول رقم (٤)

توزيع الشركات عينة الدراسة حسب أثر تغيير السياسة المحاسبية على الأرباح

السياسة المحاسبية	العينة	سياسة تؤدى إلى زيادة الأرباح		سياسة تؤدى إلى خفض الأرباح	
		العدد	%	العدد	%
تغيير طريقة احتساب الإهلاك.	٤٩	١٨	٣٦,٧	٣١	٦٣,٣
تغيير طريقة تسعير المخزون.	٢٥	١١	٤٤	١٤	٥٦

ب- المتغيرات المستقلة:

١- حوافز ومكافآت الإدارة: للتعبير عن هذا المتغير كميًا قام الباحث بتصنيف الشركات عينة الدراسة إلى مجموعتين، تضم المجموعة الأولى الشركات التى لا يوجد فيها نظام للحوافز والمكافآت الإدارية يعتمد على رقم صافى الأرباح، وقد أعطى قيمة (صفر) لكل شركة من شركات هذه المجموعة التى بلغ عددها (٢٧) شركة. أما المجموعة الثانية فهى الشركات التى يوجد فيها نظام للحوافز والمكافآت الإدارية يعتمد على رقم صافى الأرباح. وقد عبر

الباحث عن هذا المتغير فى هذه الشركات بنسبة مئوية قام باستخراجها عن طريق قسمة رقم الحوافز والمكافآت التى تقاضاها أعضاء مجلس الإدارة فى سنة ٢٠٠٤م على رقم صافى الأرباح فى السنة نفسها، وبلغ متوسط هذه النسبة نحو (٨,٠٦٩٪).

٢- التكاليف السياسية: نظرًا لصعوبة قياس التكاليف السياسية بصورة مباشرة، فقد اتفق الباحثون على اعتبار حجم الشركة مقياسًا تقريبيًا للتكاليف السياسية، لذلك استخدم الباحث مجموع موجودات الشركة للتعبير عن حجمها. ولغرض تنسيق بيانات هذا المتغير مع بيانات المتغيرات الأخرى بهدف عدم تشويه النتائج؛ قام الباحث بإعطاء أرقام للشركات تعبر عن ترتيب حجم الشركة بين شركات كل مجموعة، ففى مجموعة الشركات التى غيّرت سياستها المحاسبية الخاصة بالإهلاك بهدف زيادة الأرباح، أعطى الباحث رقم (١٨) الذى يمثل مجموع هذه الشركات كما هو مبين فى الجدول رقم (٤)، لأكبر شركة فى هذه المجموعة، والرقم (١) لأصغر شركة. أما فى المجموعة الثانية فقد أخذت أكبر شركة رقم (٣١)، فى حين أخذت أصغر شركة الرقم (١)، وهكذا بالنسبة للشركات التى غيرت سياسة تسعير المخزون.

٣- عقود المديونية: للتعبير عن هذا المتغير يستخدم الباحث نسبة المديونية التى تقاس بقسمة مجموع الالتزامات على مجموع الموجودات.

ج- متغير نسبة تركيز الأسهم:

قاس الباحث هذا المتغير بقسمة مجموع حصص أعضاء مجلس إدارة الشركة فى رأس مال الشركة على مجموع رأس مال الشركة، ثم قام بعد ذلك بتبويب الشركات إلى مجموعتين باستخدام الوسيط لنسبة تركيز الأسهم، حيث وصفت الشركات التى تكون فيها نسبة التركيز أعلى من قيمة الوسيط بأنها شركات ذات نسبة تركيز عالية، أما الشركات التى تكون فيها نسبة تركيز الأسهم أقل من قيمة الوسيط فقد وصفت بأنها شركات ذات نسبة تركيز منخفضة، والجدول رقم (٥) يبين توزيع الشركات عينة الدراسة حسب نسبة تركيز الأسهم.

جدول رقم (٥)

توزيع الشركات عينة الدراسة حسب نسبة تركيز الأسهم

أثر التغيير فى السياسة المحاسبية فى صافى الأرباح	نوع السياسة المحاسبية	عدد الشركات ذات التركيز العالى	عدد الشركات ذات التركيز المنخفض
سياسة تؤدى إلى زيادة الأرباح	سياسة احتساب الإهلاك	١١	٧
	سياسة تسعير المخزون	٩	٢
سياسة تؤدى إلى خفض الأرباح	سياسة احتساب الإهلاك	٨	٢٣
	سياسة تسعير المخزون	٤	١٠
المجموع		٣٢	٤٢

خامسًا - تحديد الأسلوب الإحصائى المناسب لاختبار الفرضيات:

قبل تقرير الأسلوب الإحصائى المناسب لاختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها، ينبغى اختبار ما إذا كان توزيع المجتمع الأصلى الذى سحبت منه العينة طبيعيًا، ولهذا الغرض يستخدم الباحث Lillefors test for normality الذى يعتمد على المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى لمفردة مجموع الموجودات لعينة الدراسة، حيث تم اختبار الفرضية التالية:

H_0: أن بيانات عينة الدراسة المسحوبة من المجتمع الأصلى ذات توزيع طبيعى عند مستوى معنوية (٥٪).

وقد تم إجراء الاختبار على أساس النموذج التالى:

$$T = Sup\ (x)\ |F^*(x) - S(x)|$$

حيث إن:

Sup = أكبر فرق أو مسافة عمودية بين $F^*(x)$ و $S(x)$.

$F^*(x)$ = دالة التوزيع الطبيعى (المعيارى).

$S(x)$ = دالة التوزيع الاختبارى للعينة.

ترفض الفرضية إذا كان $T > W_{.95}$. ويمكن الحصول على قيمة $W_{.95}$ من الجداول الإحصائية. وبعد احتساب S (x) وجد أن أكبر فرق أو مسافة عمودية بين كل من F * (x) و S (x) كان (٠,١٥٦)، وحيث إن قيمة $W_{.95}$ الجدولية أكبر من قيمة T المحسوبة، فإن فرضية العدم تقبل، ومن ثم فإنه ينبغى استخدام الاختبارات الإحصائية البارامترية (المعلمية)، ويعتقد الباحث أن معادلة الانحدار المتعدد تعد من الاختبارات المعلمية المقبولة فى مجال قياس الأثر للمتغيرات المستقلة فى المتغيرات التابعة، كما أنها تساعد فى ترتيب تسلسل أهمية تأثير كل من المتغيرات المستقلة من خلال حساب معامل المرونة للمتغيرات، وعليه فإن نموذج الاختبار سيكون على النحو التالى:

$$Y_{aj} = a_{ij} + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e_{ij}$$

حيث إن:

Y_{aj} = السياسة المحاسبية التى قد تكون طريقة تسعير المخزون أو حساب الإهلاك.

a_{ij} = الحد الثابت.

x_1 = الحوافز والمكافآت الإدارية.

x_2 = التكاليف السياسية.

x_3 = نسبة المديونية.

e_{ij} = الخطأ المعيارى.

والجدير بالذكر أن الباحث أخذ فى اعتباره علاقة الارتباط المتبادلة بين المتغيرات المستقلة قبل استخدام النموذج فى فحص فرضيات الدراسة، وأوجد مصفوفة الارتباط المتعددة المستقلة والمدرجة نتائجها فى الجدول رقم (٦) الذى يظهر بوضوح عدم وجود علاقات ارتباط بين المتغيرات المستقلة الثلاثة، مما يعنى ذلك سلامة استخدام النموذج فى الاختبار.

جدول رقم (٦)
مصفوفة الارتباط المتعددة

المتغيرات	x_1	x_2	x_3
x_1	1	0.015	0.103
x_2	0.015	1	0.115
x_3	0.103	0.115	1

كما ينبغى الإشارة إلى أن الباحث سيستخدم نموذج الاختبار فى كل من الشركات التى غيرت سياستها المحاسبية بهدف زيادة الأرباح أو خفض الأرباح، مما يعنى أن الباحث سيختبر فرضيات الدراسة فى كل من المجموعتين بشكل منفصل، وذلك من أجل الحصول على نتائج أكثر دقة عن أثر المتغيرات المستقلة فى المتغيرات التابعة.

نتائج الدراسة:

أولاً - نتائج اختبار فرضيات النظرية الإيجابية:

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد المدرجة فى الجدول رقم (٧) إلى ما يلى:

١- رفض فرضية الحوافز والمكافآت الإدارية لكلتا السياستين فى مجموعة الشركات التى غيرت سياستها المحاسبية بهدف زيادة الأرباح، فى الحقيقة إن هذه النتيجة تعد مقبولة منطقيًا، خاصة أن نسبة (٥٨,٦٢٪) من مجموع شركات المجموعة البالغ (٢٩) شركة لا يوجد فيها نظام للحوافز والمكافآت الإدارية يعتمد على رقم صافى الأرباح؛ مما يعنى ذلك أن دوافع الإدارة فى استخدام آليات إدارة الأرباح بشكل إيجابى لا يرتبط بتحقيق عوائد نقدية أو برغبتها فى الاستقرار الوظيفى أو تحقيق الشهرة الإدارية التى تضمن استمرار تدفق العوائد النقدية فى المستقبل، وإنما هناك دوافع أخرى. ومما يؤكد ذلك أن معظم إدارات شركات هذه المجموعة، بل معظم شركات عينة الدراسة، هم من كبار المساهمين فيها، الأمر الذى يشير إلى أن الحوافز

والمكافآت، سواء النقدية منها أو المعنوية، لا تشكل مساحة واسعة من دائرة اهتمامها المالى للشركة بقدر اهتمامها بزيادة قدرة الشركة على البقاء والاستمرار فى سوق المنافسة وخلق التدفقات النقدية اللازمة لتوفير الاحتياجات المالية المطلوبة، لما لذلك من أثر إيجابى فى تعظيم قيمة الشركة فى السوق المالى ثم فى ثروة المساهمين، وهذا ما قد يفسر رفض الفرضية فى الشركات التى غيرت سياساتها بهدف خفض الأرباح، وعلى الرغم من أن نسبة (٧٧,٨٪) من مجموع شركات المجموعة تعتمد نظامًا للحوافز والمكافآت الإدارية يقوم على أساس رقم صافى الأرباح، إذا ما تجاهل الباحث السبب المتعلق برغبة الإدارة فى استدعاء أسهم الشركة من التداول وتحويلها إلى شركة مغلقة (أى شركة عائلية، خاصة أن هذا النوع من الشركات أصبحت ظاهرة ملموسة تسود فى بورصة عمان)، على اعتبار أن الدراسات السابقة لم تجد دليلاً على علاقة خفض الأرباح من جانب الإدارة وعملية الاستدعاء (De Angelo, 1986: 400-420) على الرغم من أن الباحث لاحظ ارتفاع حصص أسهم أعضاء مجالس إدارات معظم الشركات عينة الدراسة فى رأس مال شركاتهم خلال النصف الأول من عام ٢٠٠٥م مقارنة بحصصهم فى سنة ٢٠٠٤م. وعليه يمكن القول إن وجود نظام للحوافز والمكافآت الإدارية يعتمد على رقم صافى الربح من عدمه لا يعد باعثًا اقتصاديًا لسلوك الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية.

٢- رفض فرضية التكاليف السياسية بالنسبة لكلتا المجموعين وللسياستين المحاسبيتين. وهى نتيجة متوقعة من قبل الباحث، وذلك لضعف دور نقابات العمال فى ممارسة الضغوط على إدارات الشركات ومحدودية تدخل الدولة فى فرض تشغيل العمالة الوطنية أو تحديد الأجور، إلى جانب ضعف احتمالات صدور أحكام قضائية بتعويض الغير عن أضرار لحقت بهم على أنها نتيجة مباشرة لمزاولة الشركة لنشاطاتها، فضلاً عن ضعف ممارسات الجهات الحكومية لمكافحة الاحتكار أو التفتيش عن سياسات تسعير المنتجات والخدمات، وبذلك فإن نتيجة هذه الفرضية جاءت بشكل لا يدعم نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة (Key, 1997: 309 - 437) ودراسة

(Navissi, 1999: 281 - 304)، ومؤكدة نتائج دراسة (جهمانى، ٢٠٠١م: ١٣٢) التى أظهرت عدم وجود فروقات جوهرية بين الشركات الكبيرة والشركات الصغيرة من حيث وجود سلوك تمهيد الدخل فى كل من قطاع الخدمات والصناعة فى الأردن.

٣- قبول فرضية عقود المديونية فى مجموعة الشركات التى غيرت سياساتها المحاسبية بهدف زيادة الأرباح. لا شك أن هذه النتيجة تؤكد تفسير الباحث لنتيجة فرضية الحوافز والمكافآت الإدارية، إذ تكشف نتائج هذه الفرضية الدوافع الحقيقة للإدارة فى تغيير سياستها المحاسبية، فالفحص المعمق لنسب المديونية يكشف أن أغلب الشركات التى غيرت سياساتها المحاسبية بهدف زيادة الأرباح، هى من الشركات ذات النسبة المديونية العالية، ومن ثم من المنطلق لجوء إدارات شركات هذه المجموعة إلى الطرق والسياسات المؤدية إلى زيادة أرباحها، وذلك لتوفير شروط عقود الائتمان، أو على الأقل إعطاء إشارة موجبة للمقرضين عن القدرة المالية الجيدة للشركة وإمكانياتها المستقبلية فى خلق التدفقات النقدية اللازمة للوفاء بالدين وأعبائه.

أما فى مجموعة الشركات التى غيرت سياساتها المحاسبية بهدف خفض الأرباح، فقد أظهر الاختبار الإحصائى عدم معنوية تأثير هذا المتغير فى سلوك الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية، رغم أن نسب مديونية هذه الشركات ليست منخفضة، ويعتقد الباحث أن السبب فى ذلك يعود إلى قدرة إدارات هذه الشركات على استخدام موجوداتها للحصول على القروض والتمويل المطلوب بدلاً من المناورة فى الأرباح، خاصة أن هذه المجموعة من الشركات تتصف بكبر حجم موجوداتها. ومما يقرب هذا الاعتقاد إلى الحقيقة ارتفاع نسبة الموجودات المرهونة فى شركات هذه المجموعة مقارنة بنسبتها فى شركات المجموعة السابقة، إذ تشكل هذه النسبة فى المتوسط نحو (٣٩٪) من مجموع الموجودات الثابتة لهذه الشركات، فى حين تبلغ هذه النسبة فى الشركات التى غيرت سياساتها المحاسبية بهدف زيادة أرباحها متوسطاً نحو (١٣,٥٪) فى مجموع موجوداتها الثابتة. وتأسيسًا على هذه النتيجة فإن عقود الائتمان تعد باعثًا اقتصاديًا لسلوك الإدارة باتجاه تمهيد الدخل لزيادته وتحسينه.

جدول رقم (٧)
نتائج تحليل الانحدار لفرضيات النظرية الإيجابية

السياسة المحاسبية	المتغيرات المستقلة	الشركات التى غيرت سياساتها بهدف زيادة الأرباح					الشركات التى غيرت سياساتها بهدف خفض الأرباح				
		الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	معامل الانحدار	قمية T المحسوبة	قاعدة القرار	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	معامل الانحدار	قمية T المحسوبة	قاعدة القرار
سياسة احتساب الإهلاك	x_1	%4.3	0.225	0.045	1.203	ترفض H1	%11.2	0.157	0.103	1.255	ترفض H1
	x_2	9.5	0.298	0.106	1.144	ترفض H2	16	0.215	0.112	1.173	ترفض H2
	x_3	%27.8	0.301	0.437	1.945(*)	تقبل H3	%23.4	0.165	0.205	1.088	ترفض H3
		الخطأ المعيارى	0.049				الخطأ المعيارى	0.0485			
		قيمة معامل التحديد R^2	%77.6				قيمة معامل التحديد R^2	%80.5			
		قيمة الحد الثابت	0.248				قيمة الحد الثابت	0.428			
		الوسط الحسابى $\bar{y}$ =	1				الوسط الحسابى $\bar{y}$ =	1-			
		قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (14-1)	6.351**				قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (27-1)	4.37*			
سياسة تسعير المخزون	x_1	%3.21	0.238	0.032	1.088	ترفض H1	%9.8	0.189	0.097	0.879	ترفض H1
	x_2	6	0.272	0.085	1.091	ترفض H2	7.5	0.273	0.068	0.946	ترفض H2
	x_3	%25.1	0.215	0.322	1.968(*)	تقبل H3	%20.7	0.205	0.187	0.981	ترفض H3
		الخطأ المعيارى	0.0338				الخطأ المعيارى	0.0254			
		قيمة معامل التحديد R^2	%79.7				قيمة معامل التحديد R^2	%81.1			
		قيمة الحد الثابت	0.176				قيمة الحد الثابت	0.216			
		الوسط الحسابى $\bar{y}$ =	1				الوسط الحسابى $\bar{y}$ =	1-			
		قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (7-1)	5.625*				قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (10-1)	7.11**			

*مستوى معنوية (%95)　　**مستوى معنوية (%97.5)

ثانياً - نتائج فرضية أثر تركيز الأسهم:

توضح نتائج تحليل الانحدار المدرجة فى الجدول رقم (٨) ما يلى:

١- قبول الفرضية فيما يخص الحوافز والمكافآت الإدارية فى كل من الشركات

ذات تركيز الأسهم العالية والشركات ذات نسبة تركيز الأسهم المنخفضة، وبذلك فإنه فى ظل وجود قاعدة الملكية لا يكون لفرضية الحوافز والمكافآت الإدارية أثر فى سلوك الإدارة باختيار السياسات المحاسبية، وهذا يؤكد ما ذهب إليه الباحث فى تفسيره السابق.

٢- قبول الفرضية فيما يخص التكاليف السياسية، أيضًا فى كلتا المجموعتين مما يعنى أنه لا يوجد أثر للتكاليف السياسية فى سلوك الإدارة فى اختيار السياسة المحاسبية.

وجود أثر ذى دلالة إحصائية معنوية لعقود المديونية فى الشركات ذات نسبة تركيز الأسهم العالية وعدم وجودها فى الشركات ذات نسبة التركيز المنخفضة. لا شك أن ارتفاع نسبة تركيز الأسهم فى مجلس إدارة الشركة يجعلها فى وضع أفضل لتبنى السياسات المحاسبية التى تراها مناسبة لخدمة مصالحها فى مجال التمويل، وخاصة ما يتعلق بتطبيق نظرية الالتقاط؛ وذلك لأن هذه النظرية تسعى إلى تعظيم ثروة حملة الأسهم عن طريق تعظيم قيمة الشركة من خلال تأكيد ضرورة اللجوء (بعد استنفاذ الأرباح المحتجزة) إلى مصادر التمويل الخارجى لتوفير الاحتياجات المالية اللازمة للأنشطة؛ لما لهذا المصدر من أثر إيجابى فى نصيب السهم من الأرباح بفعل ما يحققه من وفورات ضريبية ناتجة من اعتبار فوائد التمويل جزءًا من كلفة النشاط واجبة الخصم من الأرباح الخاصة للضرائب، ومن أثر فى قيمة الشركة فى السوق المالى. واستنادًا إلى نظرية «الكلفة - المنفعة» فى تقييم القرارات الإدارية، فإن المنافع المتأتية من لجوء الإدارة إلى السياسات المحاسبية المؤدية إلى زيادة الأرباح لغرض تحسين صورة أداء الشركة بهدف الحصول على عقود الائتمان، قد تكون فى كثير من الأحيان، أكبر من المدفوعات الضريبية المترتبة على تلك الزيادة، غير أن الباحث يرى من المهم توخى الحذر فى التعامل مع هذه النتيجة، خاصة أن تسع شركات من الشركات ذات التركيز العالى هى من الشركات التى غيرت سياساتها بهدف خفض الأرباح وليس زيادتها، مما يعنى أن نسبة (٢٨٪) من شركات المجموعة البالغ عددها (٣٢) شركة لا ينطبق عليها تفسير نظرية الالتقاط، والحال كذلك

مع مجموعة الشركات ذات التركيز المنخفض، حيث إن (٦) شركات من الشركات التي غيرت سياساتها بهدف زيادة أرباحها حسبت ضمن الشركات ذات نسبة التركيز المنخفضة.

الجدول رقم (٨)
نتائج تحليل الانحدار لفرضية تركيز الأسهم

السياسة المحاسبية	المتغيرات المستقلة	الشركات ذات نسبة التركيز العالى					الشركات ذات نسبة التركيز المنخفض				
		الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	معامل الانحدار	قمية T المحسوبة	قاعدة القرار	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	معامل الانحدار	قمية T المحسوبة	قاعدة القرار
سياسة احتساب الإهلاك	x_1	%7.2	0.172	0.243	2.115**	تقبل الفرضية	%9.59	0.088	0.294	1.703*	تقبل الفرضية
	x_2	10	0.098	0.187	1.851*		15.5	0.102	0.208	1.718*	
	x_3	%25.9	1.103	0.205	1.895*		%24.43	0.091	0.211	1.722*	
		الخطأ المعيارى 0.065					الخطأ المعيارى 0.0485				
		قيمة معامل التحديد R^2 %81.4					قيمة معامل التحديد R^2 %82.6				
		قيمة الحد الثابت 0.186					قيمة الحد الثابت 0.175				
		الوسط الحسابى $\bar{y}$ = 0.15789					الوسط الحسابى $\bar{y}$ = (0.5333)				
		قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (15-1) 7.35***					قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (26-1) 6.32**				
سياسة تسعير المخزون	x_1	5.23	0.065	0.209	2.283**	تقبل الفرضية	%10.03	0.038	0.184	1.913*	تقبل الفرضية
	x_2	7	0.078	0.192	1.871*		6.5	0.055	0.157	2.318**	
	x_3	%23.74	0.077	0.186	1.869*		%21.43	0.058	0.283	2.322**	
		الخطأ المعيارى 0.0765					الخطأ المعيارى 0.0254				
		قيمة معامل التحديد R^2 %80.3					قيمة معامل التحديد R^2 %81.1				
		قيمة الحد الثابت 0.249					قيمة الحد الثابت 0.216				
		الوسط الحسابى $\bar{y}$ = 0.38461					الوسط الحسابى $\bar{y}$ = (0.6667)				
		قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (9-1) 5.38*					قيمة F المحسوبة عند درجة الحرية (8-1) 5.45***				

*مستوى معنوية (%95) **مستوى معنوية (%97.5) ***مستوى معنوية (%99)

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

لقد أكدت نتائج الاختبار الإحصائى لفرضيات المدخل الإيجابى فى تفسير دوافع الإدارة فى اختيار السياسات المحاسبية فى الشركات المساهمة العامة الأردنية - صحة تصور الباحث، إذ تبين من خلال التحليل أنه ليس بالضرورة الحتمية أن يصح شرح وتفسير الظاهرة فى مجتمع معين وإنزال هذا الشرح أو التفسير على كل المجتمعات. وعليه فالبواعث الاقتصادية الكامنة وراء عملية اختيار السياسات المحاسبية من قبل إدارات الشركات المساهمة العامة الأردنية ليست ذاتها الموجودة فى الدول المتقدمة أو حتى النامية. فلخصوصية هذه الشركات التى يتصف معظمها بكونها شركات عائلية، جعلت من وجود نظام للحوافز مبنى على أساس رقم صافى الأرباح من عدمه، لا يؤثر فى سلوك الإدارة فى اختيار السياسة المحاسبية المؤدية إلى زيادة الأرباح، على عكس طبيعة النظام السياسى للبلد الذى يعتمد بشكل أساسى على اقتصاديات الضرائب، وقد كان له الأثر الأكبر فى توجيه الإدارات نحو اختيار السياسات المؤدية إلى خفض الأرباح بهدف خفض مدفوعات الضريبة، ناهيك عن محدودية فرص حصول الشركات على مصادر التمويل المقترنة بقيود مقبولة من قبل المقرضين بدلالة انخفاض نسبة المديونية للعينة.

التوصيات:

فى ضوء نتائج الدراسة يوصى الباحث بضرورة متابعة ظاهرة إدارة الأرباح ورصدها ودراستها مرة ثانية، ولكن بطريقة الاستطلاع وليس بطريقة استخدام المعلومات المحاسبية، وذلك بهدف معرفة مدى إدراك مستخدمى التقارير المالية فى بورصة عمان لهذه الظاهرة وحجم تأثيرها فى قراراتهم الاستثمارية وكيفية معالجتها، وما هى تصوراتهم عن دوافع الإدارة من قيامها بعملية إدارة الأرباح. كما يوصى الباحث بضرورة اختبار أثر متغيرات أخرى فى اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية مثل أثر الكثافة الرأسمالية ونوع القطاع الذى تنتمى إليه الشركة.

المراجع

أولاً - المراجع العربية:

١ - أبو الخير، مدثر طه، (١٩٩٩)، "إدارة الربح المحاسبي في الشركات المصرية: دليل ميداني من التغيرات في أرصدة المخصصات في القوائم المالية"، **المجلة العلمية للتجارة والتمويل،** ج٠م٠ع، جامعة طنطا، كلية التجارة، العدد ٢.

٢ - جهيماني، عمر عيسى، (٢٠٠١)، "سلوك تمهيد الدخل في الأردن دراسة ميدانية على الشركات المدرجة في بورصة عمان"، **المجلة العربية المحاسبية،** اللجنة الدائمة لأقسام المحاسبة بجامعات دول الخليج، جامعة البحرين، كلية إدارة الأعمال، المجلد الرابع، العدد الأول، صفر - مايو.

٣ - الشيرازي، عباس مهدي، (١٩٩٠) "**نظرية المحاسبة**"، الكويت، دار ذات السلاسل للنشر.

٤ - الصادق، زكريا محمد، (١٩٨٩)، "تحليل سلوك الإدارة العليا في اختيار السياسة المحاسبية باستخدام نظرية تكلفة الوكالة"، **مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية،** جامعة الإسكندرية، العدد ٢.

٥- صالح، رضا إبراهيم، (٢٠٠٣)، "محددات اختيار الإدارة للسياسات المحاسبية المدخل الإيجابي - دراسة اختبارية على الشركات السعودية"، **مجلة الإدارة العامة،** المملكة العربية السعودية، الرياض، معهد الإدارة العامة، العدد الثالث، سبتمبر/ رجب.

٦ - عثمان، الأميرة إبراهيم، (٢٠٠٠)، "تقييم المنهجية العلمية للإطار الفكري لنظرية الإيجابية"، **مجلة الإدارة العامة،** المملكة العربية السعودية، الرياض، معهد الإدارة العامة، العدد الرابع، شوال/ يناير.

ثانياً - الوثائق:

النشرة الإحصائية ***لبورصة عمان المالية*** لسنتي ٢٠٠٣-٢٠٠٤.

ثالثاً - المراجع الأجنبية:

1. Beatty, Anne, and Joseph Weber (2003), " The Effect of Debt Contracting on Voluntary Accounting Method Changes ", **The Accounting Review,** Vol. 78, No.1, January: 119 - 142 .

2. Bernard, Victor L., and Douglas J. Skinner (1996), "What Motivates Managers Choice of Discretionary Accruals? " **Journal of Accounting and Economics,** 22 : 313 - 32.

3. Bowen, Robert M., Larry DuCharme and D. Shores (1995), "Stakeholders Implicit Claims and Accounting Method Choice", **Journal of Accounting and Economics,** 20 : 255 - 29 .

4. Breten, G., and J. Taffler (1995), " Creative Accounting and Investment Analyst Response", **Accounting and Business Research,** Spring : 81 - 92.

5. Burgstahler, David, and Llia Dichev (1997), " Earnings Management to Avoid Earning Decreases and Losses ", **Journal of Accounting and Economics,** 24 : 99 - 126.

6. Carlson, S. J., and C.T. Bathala (1997), " Ownership Differences and Firms' Income Smoothing Behavior ", **Journal of Business Finance and Accounting,** Vol. 24, No.2, March : 179 - 196.

7. Chen, Kevin C. W., and Hongqi Yuan, (2004), " Earnings Management and Capital Resource Allocation: Evidence from Chinas' Accounting Based Regulation of Right Issues ", **The Accounting Review,** Vol. 79, No.3, July : 645 - 655.

8. Christenson, C. (1983), " The Methodology of Positive Accounting ", **The Accounting Review,** January : 1 - 22.

9. Christenson, Peter, Joel S. Demski and H. Frimor (2002)," Accounting Policies in Agencies with Moral Hazared and Renegotiation, **Journal of Accounting Research,** 40: 1071 - 1090.

10. De Angelo , L . E , (1986) ," Accounting Numbers as Market Valuation Substitutes: A Study of Management Buyouts of Public Stockholders ", **The Accounting Review,** July: 420.

11. Demski , J. S . (1988) "Positive Accounting Theory : A Review" , **Accounting Organization and Society,** Vol. 13, No. 6 : 628-635.

12. Demski, J.S. , (1998), "Performance Measure Manipulation", Contemporary Accounting Research, 15 : 261 - 285.

13. Dhaliwal, D. (1980) , "The Effects of The Firms' Capital Structure on the Choice of Accounting Methods" , **The Accounting Review,** January : 78 - 74.

14. Dhaliwal , D., G . Salamon and E. Smith (1982) , "The Effect of Owner Versus Management Control on the Choice of Accounting Methods ", **Journal of Accounting and Economic,** July : 41 - 52.

15. Eisenhardt, Kathleen (1989) , "Agency Theory : An Assessment and Review " , **The Academy of Management Review,** January.

16. Fudenberg , K. and J. Tirole (1995), " A Theory of Income and Dividend Smoothing Based on Incumbency Rents ", **Journal of Political Economy,** 103 : 75 - 93.

17. Godfrey , J.M . and K. L. Jones (1999) , " Political Cost Influence on Income Smoothing Via Extraordinary Items Classification " , **Accounting and Finance,** November : 229-254.

18. Goodacra , A. and J. Mcgrath (1997) , "An Experimental Study of Analysis Reaction to Corporate R&D Expenditure , **British Accounting Review,** June : 155 - 160.

19. Healy, P., S. Kang and K. Palepu (1987) , " The Effect of Accounting Procedure Changes on CEDs, Cash salary and Bonus Compensation", **Journal of Accounting and Economics,** No.9 : 7-34.

20. Healy, P., M. and J.M. Wahlen (1999), " A Review of Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting ", **Accounting Horizons,** 13: 365 - 383.

21. Herrman, D. and T. Inoue (1996), "Income Smoothing and Incentives by Operating Condition : An Emprical Test Using Depreciation Changes in Japan ", **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation,**Vol.15, No.2 : 161 - 178.

22. Hopworth, S.R ., (1973) " Smoothing Periodic Income", **The Accounting Review,** January : 32 - 39.

23. Hunt, H. G., (1985) " Potential Determinants of Corporate Inventory Accounting Decisions ", **Journal of Accounting Research, Autumn** : 448 - 542.

24. Key, K. (1997), " Political cost Incentives for Earning Management in the Cable Television Industry ", **Journal of Accounting and Economics,** 23 : 309 - 337.

25. Klumpes, P. J. (1998), " Determinants of Voluntary Accounting Policy by Australian Life Insurers ", March. E-mail: P. klumpes@lancaster.ac.uk.

26. Lindahi, F. W. (1989), " Dynamic Analysis of Inventory Accounting Choice ", **Journal of Accounting Research**, Autumn.

27. Morse, D., and G. Richardson (1985), " The Lifo - Fifo Decision ", **Journal of Accounting Research,** Spring : 201 - 225.

28. Moses, O. D. (1987), " Income Smoothing and Incentive: Empirical Test Using Accounting Changes ", **The Accounting Review,** April : 106 - 127.

29. Mouch, T. (1990), " Positive Accounting Theory as Lakatosian Research Program ", **Accounting and Business Research,** Summer : 358 - 377.

30. Naser, K., (1993), **Creative Financial Accounting : Its Nature and Use,** Hemel Hempstead: Prentice Hall.

31. Navissi, F. (1999), " Earning Management Under Price Regulation", **Contemporary Accounting Research,** Summer : 281-304.

32. Niehaus, G.R. (1989), " Ownership Structure and Inventory Method Choice ", **The Accounting Review,** April : 269 - 281.

33. Parfet, W.U. (2000), " Accounting Subjectivity and Earning Management: A Preparer Perspective" **Accounting Horizons,** 14 : 481-488.

34. Reverte, C. and N. Strong (2001), " Income Smoothing and the Predictive Ability of Earning Components for Future Return on Equity ", E-mail: norman.strong@man.ac.uk.

35. Scott, W.S. (2003), **Financial Accounting Theory,** 3th. Ed., Toronto, Prentice Hall.

36. Smith , E. D. (1976), "Effects of Separation of Ownership from Control on Accounting Policy Decision", **The Accounting Review,** October : 707 - 723.

37. Subramanyam, K. R. (1996), "The Pricing of Discretionary Accruals", **Journal of Accounting and Economics,** Vol.18, No.1 : 249 - 282.

38. Van Praag, B., (2001), Earning Management: Empirical Evidence on Value Relevance and Income Smoothing, **Doctoral Dissertation,** Ten Bergen Institute Research Series, Netherland.

39. Watts, R. and J. L. Zimmerman (1978), "Towards a Positive Theory of the Setermination of Accounting Standards", **The Accounting Review,** 53 : 112 - 134.

40. Watts, R. and J. L. Zimmerman (1994), Positive Accounting Theory, New Jersey: Prentice Hall : 1 - 14.

41. Warfield, T., J. Wild and K. Wild (1995), "Managerial Ownership, Accounting Choices and Informativeness of Earning", **Journal of Financial Economics,** 20 : 61 - 91.

42. Whitley, R.D. (1988), " The Possibility and Utility of Positive Accounting Theory", **Accounting Organization and Society,** Vol.13, No.6 : 631 - 645.

43. Wolk, H. T., M. G. Tearney and L. J. Dodd (2001), **Accounting Theory: A Coceptual and Institutional Approach,** South - Westen Publishing Co. : 100 - 101.

44. Zmijewski, M. and R. Hagerman (1981), "An Income Strategy Approach to the Positive Theory of Accounting Standard Setting Choice", **Journal of Accounting and Economics,** August : 129-149.

الحماية الجنائية الموضوعية للحياة الخاصة
من جرائم الإنترنت فى التشريع المصرى
(مدعما بالأدلة الشرعية)

الدكتورة نهاد فاروق عباس
أستاذة مساعدة بجامعة الملك سعود - كلية العلوم الإدارية - قسم القانون
وكيلة قسم القانون بالجامعة

الحماية الجنائية الموضوعية للحياة الخاصة من جرائم الإنترنت فى التشريع المصرى (مدعما بالأدلة الشرعية)

● دورية الإدارة العامة
● المجلد السادس والأربعون
● العدد الأول
● محرم ١٤٢٧هـ
● فبراير ٢٠٠٦م

د. نهاد فاروق عباس *

ملخص:

يعالج البحث موضوع الجرائم الواقعة على الحياة الخاصة من مجرمى الإنترنت. وقد انصب البحث على تحليل نصوص القانون الوضعى بما يصلح به التطبيق على جرائم الإنترنت، ومحاولة الربط بين الشريعة والقانون من خلال تأصيل ما يتناسب من العلم مع ما يعد أصلاً شرعيًا له قدر الإمكان. وتوصل البحث فى النهاية إلى أن الحياة الخاصة بحاجة إلى الحماية الجنائية المتجددة حسب تطور وسائل الإجرام. وأن الشرع الحنيف سبق القانون الوضعى فى توفير الحماية للحياة الخاصة للفرد كما فى كثير من جوانب الحياة الأخرى. وأن لكل تطور جوانب مفيدة وأخرى ضارة لمن تعمد الضرر. وأن الحياة الخاصة ما زالت بحاجة إلى المزيد من النصوص التشريعية الجنائية للحماية من صور الاعتداء المبتكرة. وأن النصوص التشريعية الحالية تحتاج إلى إضافات تتسم بالدقة لتكون على مستوى دقة الجريمة عبر الإنترنت.

الحق فى الحياة الخاصة من مجموعة حقوق الإنسان التى مازالت تبحث لها عن مدافع عنها من خلال الإعلانات الدولية والدساتير والقوانين والعديد من الوسائل الموفرة للحماية القانونية. لذا فالحق فى حرمة الحياة الخاصة من الموضوعات التى تثير فى كل وقت اهتمام علماء القانون وباحثيه، بصفة خاصة عندما تستحدث وسائل تسهل وتعدد وسائل المساس بها.

وتتضمن الحياة الخاصة العديد من العناصر التى تحتاج إلى الحماية ومنع الاعتداء عليها. منها:

١- الحديث الذى يدور بين الشخص وغيره أو مع نفسه إذا أراد التسجيل لنفسه. المراسلات من مكاتبات وخطابات للشخص سواء كانت خاصة أو عامة، والمحادثات الهاتفية.

* أستاذة مساعدة بجامعة الملك سعود - كلية العلوم الإدارية - قسم القانون، وكيلة قسم القانون بالجامعة.

٢- الصورة الشخصية التى تحدد ملامح شخص معين سواء كانت ثابتة أو متحركة كما فى تصوير الفيديو بطريق الحاسب الآلى وسواء كانت فى وضع مباح للعامة أو خاص به ولو كان محرجًا.

٣- البيانات والمعلومات التى تخص فردًا معينًا سواء فيما يختص بحالته الأسرية، أو المالية أو الصحية، أو المهنية.

٤- حرمة المسكن.

تعريف الخصوصية:

الخصوصية لغةً: من الفعل خصص فيقال: خصه بالشىء يخصه، خصوصًا، وخصوصية بالفتح والضم، وبالفتح أفصح (لسان العرب - جـ ٨ - ص ٢٩٠ - حرف الخاء - باب خاصة - مادة خصص).

وفى الاصطلاح لم يضع لها الفقه تعريفًا جامعًا، ولكن من عناصرها نستطيع وضع تعريف مبسط لفكرة الخصوصية على اعتبار أنها كل أمر يهم الفرد ويرى ستره عن الغير ويؤيدنا بعض الفقه فى ذلك (المقاطع، ١٩٩٢م، رمضان، ٢٠٠٠).

تعريف المعلوماتية:

هى تلك التقنية الحديثة التى أفرزها التطور التقنى كظاهرة حديثة من خلال ما يسمى بالحاسب الآلى الذى وجد لأهداف عدة من البداية. ولكن لم يكن مخترع هذا الجهاز يخترعه لأجل ارتكاب الجرائم، والمساس بالحقوق والحريات العامة الأساسية التى لكل فرد التمتع بها فى كل التشريعات.

وذلك مما أدى إلى ارتباك قانونى بين الفقهاء وكذلك بين التشريعات، حيث امتد تأثير عمل الحاسب الآلى والإنترنت إلى ما وراء البحار والحدود الدولية، كما عد الحاسب الآلى أداة سهلة لارتكاب أبشع الجرائم، وأوسع نطاق جرمى فى العالم.

والحاسب الآلى كما وجد كوسيلة لحفظ البيانات والمعلومات، ظهر دوره العام أيضًا فى جمع المعلومات وحفظها، بل وارتكاب العديد من الجرائم بها، وأكثر من ذلك جمع الثروة وتكوين القوة والسلطة (لطفى، ١٩٨٧م). كما تم تطور التقنية حتى غزت الحياة الخاصة للأفراد، بل أصبح الحاسب الآلى وسيلة اتصال وتبادل للمعلومات جيدة بل تفوق وسائل الاتصال الموجودة بالفعل (رستم، ١٩٩٢م).

مشكلة البحث:

تنحصر مشكلة البحث فى بيان كيفية اختراق سرية الحياة الخاصة عبر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، وتعريضها للعديد من المخاطر التى تهدد سريتها، وبالدراسة المتفحصة تبين مدى صلاحية النصوص الموجودة بالتشريعات الوضعية للتطبيق على الجريمة عبر الإنترنت، ومدى توافر الضبط الأمنى المتطلب ضد هذه الجرائم، مدعمًا بما له من قواعد أساسية للتجريم فى الشريعة الإسلامية، وذلك لما للشريعة الإسلامية من سعة فى مجال الحماية للحقوق والحريات، كما أنها تحوى الكثير من القواعد المنظمة لأدق الحقوق والحريات.

ورغم أن الجريمة من خلال الحاسب الآلى عبر الإنترنت جريمة بلا حدود إقليمية أو دولية بل قد تفوق حتى حدود القارات، حتى أصبحت جرائم الإنترنت من أشد الجرائم خطورة على الإنسان كما فى خطورة جرائم المخدرات وتجارة الرقيق الأبيض إلا أننا نرى أن الشريعة الإسلامية غنية بالقواعد التى تحتاج إلى استنباطها ومحاولة تطبيقها التطبيق السليم على محدثات الأمور العصرية، كما فى حالة جرائم الإنترنت.

وذلك بالرغم من أنها أصبحت ذات هدف إجرامى مرتب فى خطوات تنفيذه فى عدة جوانب أخرى من الحياة تمس بالعديد من المصالح الخاصة والعامة على السواء، بل تتدخل فى سياسات الدول وتحرك أبناءها ضدها من خلال هذا التطور ذى التأثير العجيب الواسع النطاق (عوض، ١٩٩٣م).

أهمية الموضوع:

ترجع أهمية الموضوع إلى الدور الهام الذى لعبه الحاسب الآلى فى حياة الناس إلى درجة أنه أصبح عادة يومية فى حياة الكثير منهم، ووسيلة للتسلية البديلة عن وسائل الإعلان الأخرى لقضاء وقت أطول وأمتع بالنسبة للمجرم المعلوماتى، إلى حد أن وصل إلى التأثير فى حياة الآخرين بل التدخل فيها. فظهر كبيئة مناسبة لنمو بكتريا الضرر المعلوماتى إذا صح وصفها بذلك.

كما أن ظهور المجرم المعلوماتى أدى إلى الحاجة إلى إعادة النظر فى القواعد القانونية التى تبنى عليها المسؤولية القانونية عن الفعل المرتكب، فالمجرم فى الجريمة المعلوماتية هو من نوع جديد نذهب إلى تسميته بالمجرم المجهول دائمًا؛ لأن تقصى الحقيقة للبحث عنه غالبًا ما يسفر عن بيانات وأرقام يسهل تغييرها وتعديلها وتبديلها بكل سهولة وفى كل وقت.

وكذلك فإن أداة الجريمة هنا تختلف؛ فهى أداة من أحدث أدوات الإجرام وأخطرها، ألا وهى الحاسب الآلى تقنية العصر الحديث، بصفة خاصة وقد تعددت الشبكات، التى قد تفوق حدود الدولة الواحدة. مما أدى إلى الاهتمام بالموضوع، وبصفة خاصة صور الاعتداء على الحياة الخاصة للفرد والتى كفلت لها التشريعات الحماية القانونية من المساس بها.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن نمط جديد لارتكاب جرائم اختراق سرية الحياة الخاصة وهو ما يقع عبر الإنترنت. ومدى صلاحية تطبيق النصوص التشريعية القائمة على تلك الصور الحديثة للاعتداء على حرمة الحياة الخاصة.

تساؤلات البحث:

١- ماهية الحياة الخاصة؟

٢- هل المعرفة بتقنية الحاسب الآلى والإنترنت شرط أساسى فى اعتبار فعل الجانى فعلاً مجرمًا قانونًا؟

٣- هل كل تطور تقنى مفيد فقط ولا ضرر منه؟

٤- هل من ضوابط قانونية لحماية الحياة الخاصة؟

٥- صعوبة إلحاق العقاب بالجانى؟

الدراسات السابقة:

١- توافرت العديد من الدراسات فى مجال بحث الحياة الخاصة وما يتعلق بها من أحكام القانون ولكن من نقاط القصور فيها أنها فى غالب الحال اتجهت الدراسات إلى الوضع العادى فى الحماية القانونية للحياة الخاصة (الأهوانى، ١٩٧٨م).

٢- اتجهت أغلب الدراسات إن لم يكن كلها إلى بحث الحياة الخاصة بالصورة المتطورة عبر بنوك المعلومات وسرية المعلومات (قايد، أ)، وكأن الحياة الخاصة تدور حول مجموعة بيانات عن الشخص مدونة فى مكان ما دون النظر إلى الاختراقات الماسة بالمعنويات كحرمة الصورة والصوت، وتسجيله، وحرمة المسكن.

٣- ندرة وجود تعريف محدد لجرائم الحاسب الآلى والإنترنت.

أهم صعوبات البحث:

من أهم صعوبات البحث إمكانية أو عدم إمكانية تطبيق النصوص الموجودة على الصور الحديثة من المساس بالحياة الخاصة عبر الإنترنت.

منهج البحث:

سوف يتجه البحث فى الموضوع محل الدراسة إلى اتباع أسلوب التحليل والاستنتاج فى أغلب مناحيه، وبصفة خاصة تأصيل الموضوع شرعيًا بسياق الأدلة الشرعية من الكتاب والسنة.

وسوف ينقسم البحث إن شاء الله إلى ثلاثة مباحث يناقش الأول منها الركن المادى لجرائم الإنترنت الواقعة على الحياة الخاصة، والمبحث الثانى يتناول بالدراسة الركن المعنوى، والمبحث الثالث يتناول العقوبة المقررة لجبر الاعتداء على الحق فى الحياة الخاصة.

المبحث الأول - الركن المادى:

تمهيد وتقسيم:

تدل الخصوصية على تخصيص الأمر بشخص معين فقط دون غيره بعيدًا عن علم الآخر - أى عدم العلانية - ومع ذلك فهى ليست السرية؛ لأن السرية قد تشمل فقط السر الذى يبعد عن علم الغير كافة، وإنما الخصوصية كل ما قد يحدث للشخص ولو فى مكان عام ولو كان حديث شخصين معًا دون صوت يسمع وإنما كل يهمس فى أذن الآخر ويعده سرًا خاصًا به.

أى أن الأصل عدم علم الغير بما يدور بينهما، ولو بالتجسس الذى أبغضه الله سبحانه وتعالى إلينا بقوله تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلا تَجَسَّسُوا وَلا يَغْتَبْ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ) (الحجرات/١٢)، ووجه الاستدلال هنا يأتى للدلالة على النهى عن التجسس لما فيه من اعتداء على حرمة الحياة الخاصة لصاحب المصلحة فيها (القرطبى، ٩)، كما لا يجوز العبث بها بأى شكل من الأشكال، ولا يجوز أن يعتدى عليها أيضًا إذا كانت مخزنة فى بنك المعلومات، أو أنها محفوظة فى ملفات المجنى عليه.

وبناء عليه سوف يقسم هذا المبحث إلى مطلبين يتناول الأول منهما دراسة السلوك المادى الوارد به الفعل وبيان صوره، ويتناول الثانى منهما النتيجة المترتبة على الفعل والعلاقة السببية بين الفعل والنتيجة الضارة.

المطلب الأول - السلوك:

تمهيد وتقسيم:

الحياة الخاصة للشخص هى السر المصان فى داخل نفسه، فكلما بدر من هذه النفس فعل، أو قول، أو ما شابه ذلك، عد جزءًا من تلك الخصوصية لا يصح معها فتح الباب على ما ستره من معلومات خاصة، باستخدام الحاسب الآلى، أو أى من وسائل الاتصال الحديثة كوسيلة للخرق، ولأى شكل من أشكال المعلومات سواء قول أو فعل أو صورة؛ لذا سوف ينقسم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع يتناول الأول منها فعل التنصت، والثانى فعل التقاط الصورة، والثالث إذاعة أو استعمال المستند أو التسجيل أو التهديد بالإفشاء.

الفرع الأول - التنصت:

نود بداية تحديد نطاق التنصت بأنه استراق للسمع أو تسجيل أو نقل عن طريق جهاز من الأجهزة (نقصد الحاسب الآلى وما يتمتع به من صلاحيات الاتصال بالشبكات المتعددة)، لمحادثات جرت فى مكان خاص أو عن طريق الهاتف، رمضان (٢٠٠٠م).

وبناءً عليه فإنه مع التطور التقنى الحديث وتطور أجهزة التسجيل والمراقبة، وأساليب التنصت، وكذا ما ظهر من وسائل أخطر كالإنترنت (سرور، ١٩٩٩م). فقد أرسى التشريع المصرى قواعد وأحكامًا لحماية الحق فى حرمة الحياة الخاصة فشملت الحماية ثلاثة أشكال للاعتداء على حرمة الحياة الخاصة. وتمثل كل منها جريمة ماسة بها، ومعاقب عليها.

فحماية الحياة الخاصة حق لكل فرد يحتفظ به بعيدًا عمن يكشف أسرار حياته ودقائقها. فيبعد عن أى من وجوه المساس بهدوئه وسكينته، فيجب احترام السرية والخصوصية التى يتمتع بها فى حياته بالبعد عما يؤدى إلى كشف أسراره، بأداء أى من صور السلوك الإجرامى عبر الإنترنت.

أولاً- سلوك التنصت:

التنصت تلصص يجب البعد عنه ما لم يكن بطريق مشروع، وإلا أهدرت أية أدلة تحصل عليها من جراء هذا الفعل غير المشروع. فلا يعترف بالدليل الناجم عن تسجيل الصوت خفية على اعتبار أن استعمال جهاز التسجيل خفية أمر يجافى قواعد الخلق القويم وتأباه مبادئ الحرية. فيتلصص الشخص باستراق السمع ويظهر بعد جرمه فى صورة الحمل الوديع صورة الشاهد الشريف. ويرفض تسجيل الصوت خلسة.

ومع ذلك فإننا نرى أنه غير محرم على العدالة الاستعانة بثمرات التطور العلمى، وتسجيل الصوت كشف علمى يساعد على كشف الحقيقة وتتبع الجناة لإظهار إدانتهم، وأنه ليس فى ذلك ما فى القبض والتفتيش من انتهاك للحقوق والحريات رغم أنها إجراءات مشروعة، والأمر متروك فى النهاية لاقتناع قاضى الموضوع ذاته (يوسف، ١٩٩٣م).

وعلى أية حال فالاستفادة مشروعة طالما كانت بطريق مشروع غير متضمن أى انتهاك للحقوق والحريات، فالمشروعية ميزان العدالة لقوله تعالى (يَاأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلاَ تَجَسَّسُوا وَلاَ يَغْتَبْ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ) (الحجرات/١٢)، وما يستدل عليه من الآية أنه لابد من الدليل الصحيح شرعًا المبنى على التحرى عن الحق ومجانبة الظن الذى يرتب الظلم.

وما أتى به الشرع هو الأصل فأين نحن منه الآن وأين الحماية المطلوبة لحقوق الإنسان، فلابد من وجود نصوص تشريعية تجرم الأفعال المستخدم فيها الحاسب الآلى كوسيلة للاعتداء على حرمة الحياة الخاصة تعمل على التشديد فى الحماية من اتباع هذا السلوك من خلال هذه التقنية الدقيقة.

ففى أمريكا عام ١٩٧٤م صدر قانون الخصوصية، الذى توالت عليه التعديلات التى تهدف إلى محاولة إتمام الشكل القانونى للحياة الخاصة الطبيعية محل الحماية حتى لا تصبح مرتعًا لكل متجسس مما ادعى إلى النص على أنه لا يجوز لأية جهة (وكالة) أن تقيم نظام معلومات يتضمن معلومات بأى شكل من الأشكال وبأى وسيلة كانت لأى فرد أو أى جهة، شريطة أن يكون ذلك بناء على أمر كتابى يتضمن موافقة صاحب الشأن الذى تمسه تلك المعلومات، مع استثناء حالة ما إذا كان ذلك ما هو إلا إحدى وسائل حماية الصالح العام أو بناء على أمر المحكمة (المصرى، ١٩٩٧م). فأين صيانة الحرمات المقررة فى الدول الإسلامية والعربية على وجه العموم؟

فحرمة الحياة الخاصة من الأمور التى تحتل أهمية أكبر وأدق من سرقة الأموال بطريق التقنية الحديثة ولا توجد لها الحماية الكافية على هذا الشكل الإجرامى الحديث، رمضان (٢٠٠٠م)، والتجريم يتطلب تمام السلوك المجرم فعليًا وليس بناء على الظن، وإلا انهار الترابط المتطلب بين السلوك والعقاب لما رواه يحيى بن يحيى قال قرأت على مالك عن أبى الزناد عن الأعرج عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ عَن النَّبِىِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الحَدِيثِ وَلاَ تَحَسَّسُوا وَلاَ تَجَسَّسُوا ولا تَنَافَسُوا وَلاَ تَحَاسَدُوا وَلاَ تَدَابَرُوا وَلاَ تَبَاغَضُوا وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا (صحيح مسلم ١١٨/١٦، مسند أحمد ٧٨٤٥/١٤)، ومفاد ذلك أن الظن كذبًا من الأمور غير المشروعة والتجسس كذلك وبناء عليه نتج عن الباطل وهو التجسس دون إذن فهو باطل.

كما نرى أن التنصت قد يهدف ليس فقط إلى الحصول على الحديث الذى يجرى فى هذا المكان، بل قد يهدف إلى الحصول على الصوت المنقول للشخص محل الجريمة للعمل على إعادة معالجته لنشره بكلمات أخرى أو استعماله فى جريمة أخرى. فيكون الجرم مركبًا ومتشابك الأطراف، أى أنه تتوافر فيه حالة الارتباط كظرف مشدد للجريمة.

فالحاسب الآلى أصبح الآن من وسائل التطور الخطرة لما له من إمكانية الاتصال المباشر عبر الشبكة العنكبوتية كما يطلق عليها. وتأتى الخطوة الثانية فى شكل معالجة المعلومات آليًا والبيانات الخاصة بالحياة الخاصة للفرد، والعمل على إظهارها بالصورة التى يريدها. أى أن الفاعل يتجه قصده إلى الحصول على أقوال غير موجودة بأحد طريقين إما أن يجهز نفسه على الشبكة وقت اتصال المجنى عليه، أو أنه بالمساعدة من شخص آخر يجمعان معًا الأقوال ويرتبان الفعل كما يشاءان.

ونرى أنه يستوى التنصت باستعمال أى جهاز من أى نوع، وسواء تم بتسجيل الحديث أو نقله بجهاز إرسال أيًا كان هذا الجهاز (إبراهيم، ١٩٨١م)، ولو أنه مع ذلك قد يأتى من خلال الإنترنت عشوائيًا دون تحديد فهو داخل فى إطار المحرمات وبصفة خاصة أنه قد وقع دون رضاء المجنى عليه (بهنام، ٢٠٠٢م، الرومى ٢٠٠٤م). فالعبرة بالسلوك وتمامه (الألفى، ١٩٩٥م) لما يرتبه من مساس بالحرمات.

وعلى أية حال فالمنع من تلك المحرمات له سنده من الشرع الحنيف بتجريم الاستماع خلسة فيما رواه عَمْرُو بْنُ عَوْنٍ أَخْبَرَنَا خَالِدٌ يَعْنِى ابْنَ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ خَالِدٍ الْحَذَّاءِ عَنْ عِكْرِمَةَ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ عَنْ النَّبِىِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ اسْتَمَعَ إِلَى حَدِيثِ قَوْمٍ وَهُمْ لَهُ كَارِهُونَ صُبَّ فِى أُذُنِهِ الْآنُكُ (الدارمى ٢٥٩٢/٣٥٦).

ويفهم من ذلك أنه ما دام الشر مستورًا فلا يجب كشف ستره وإلا إذا ظهر أخذ به فلا يسترق السمع لكشفه، لما روى أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِى شَيْبَةَ حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ زَيْدِ بْنِ وَهْبٍ قَالَ أُتِىَ ابْنُ مَسْعُودٍ فَقِيلَ هَذَا فُلَانٌ تَقْطُرُ لِحيته خَمْرًا فَقَالَ عَبْدُ اللَّهِ إِنَّا قَدْ نهينَا عَنِ التَّجَسُّسِ وَلَكِنْ إِنْ يَظْهَرْ لَنَا شَىْءٌ نَأْخُذْ به (أبو داود ٤/٤٨٩٠)، فمادامت المعصية مستورة منع التسمع عليها وإذا ظهرت أخذ الفاعل لما فعل بهذا الفعل.

كما أن فى ذلك ما تهتك به حرمات الغير دون إذن منه مما يوجب العقوبة التعزيرية لهذا الفعل، ولو لم يقصد الجانى استعمال متحصلات فعله فيما بعد، حيث إن العبرة بالاطلاع دون إذن (عامر، د. ت).

فيكون التنصت سرًا أو التسجيل للحديث أى حفظه على جهاز معد لذلك بقصد الاستماع إليه فيما بعد، أو نقل الحديث أى نقله من المكان الذى تم فيه إلى مكان آخر غيره (السمنى، ١٩٨٣م)، ويكون ذلك بأى من الأجهزة التى أفرزها التطور العلمى.

ثانيًا - موضوع السلوك:

ينصب التنصت أو التسجيل على الحديث الخاص. ويعنى بالحديث (كل صوت له دلالة التعبير عن مجموعة من المعانى والأفكار المترابطة، فإذا كان فاقدًا الدلالة وكان عبارة عن همهمة أو صيحات متناثرة فلا يعد حديثًا كاللحن الموسيقى ويستوى أن يفهمه البعض أو من يتحدث فقط) (حسنى، ١٩٨٦م، رقم ٧٦٥ - ص ٧٧٢، سرور ١٩٩١)، بهنام (٢٠٠٢م)، بغض النظر عن لغة الحديث، أو أنه تم بالشفرة ولو لم يفهمها إلا البعض القليل من الناس (أبو عامر، ١٩٨٩م).

لذا نذهب إلى أن هذه الجرائم المرتبطة بسرية الحياة الخاصة أولى بالحماية، كما ينبغى أن تحظى بالاهتمام الكبير من المشرع العربى بالنظر إلى غيرها من الاعتداءات الواقعة على الحياة الخاصة من الناحية المالية - ذلك ولو أن قانون الأحوال المدنية المصرى حرص على حماية البيانات والإحصاءات المجمعة لدى الجهات المدنية بالقانون رقم ١٤٣ لعام ١٩٩٤ بنص المادة ٧٦ منه؛ حيث رتب (عقوبة الأشغال الشاقة على كل من اخترق أو حاول الاختراق لسرية البيانات أو المعلومات أو الإحصاءات المجمعة بأى صورة من الصور) - وفى المملكة العربية السعودية حدد قرار مجلس الوزراء رقم (١٦٣) الصادر فى ١٤١٧/١٠/٢٤هـ - لوضع الضوابط المنظمة لاستخدام شبكة الإنترنت والاشتراك فيها - (السند، ٢٠٠٤م).

فعن الحديث الشخصى نرى أن نوع الحديث قد ارتبط بالمكان الذى جرى فيه إن كان مكانًا خاصًا ليكون الحديث محلاً للحماية الجنائية أو مكانًا عامًا، بغض النظر عن الموضوع فيعد كل حديث بناء على ذلك تم فى مكان عام أو طريق عام مثلاً أو ما شابه ذلك حديثًا عامًا لا تشمله الحماية الجنائية المقررة للحديث الخاص الذى يتم فى مكان خاص أو بطريق الهاتف أو أى وسيلة من وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية، أو أنه تم فى مكان مغلق لا يستطيع من بالخارج سماع ما يدور بداخله ويعد الحديث عامًا إذا دار فى المكان المغلق الذى يستطيع منه من بالخارج أن يسمع ما يدور من حديث بين الأفراد الذين يتحدثون بالداخل ودن رضاهم، رمضان (٢٠٠٠م).

فلابد من توفير الحماية أيضًا للحديث الفردى الذى يقوم به شخص واحد، كما لو كان يريد تسجيل أقوال معينة بصوته بمفرده، ولو كانت مجرد أفكار، أو خواطر لمجرد الذكرى مثلاً ولو كان فى مكان عام، ولكنه اتخذ لنفسه حيزًا بعيدًا عن جمهور الناس، ومع ذلك قام بتسجيله شخص آخر دون رضاء صاحب الشأن وفى غفلة منه وبلا ترخيص من القانون (عبد الستار، ١٩٩٥م) بهنام (٢٠٠٢م)، ولا من الشرع بغض النظر عما سوف يرتبه الجانى من أفعال أخرى بناء على ما حصل عليه من معلومات، حيث إن العبرة بالفعل الأول، عامر (د. ت).

فلو كان الأمر بيد أحد رجال السلطة كما هو الحال فى الدور الذى يقوم به رجال الضبطية القضائية فإنه ولو كان لديهم أمر من السلطة بجمع الاستدلالات والتحرى، فإنه لا يصح أن يقوموا بالتنصت على المحادثات الهاتفية، ولو قاموا بذلك فلا اعتماد على ما تم من تنصت؛ لأنه تم بطريق غير مشروع. فما بالنا بمن يقوم بالعمل ذاته وليس ذا صفة قانونية وليس لديه الإذن القانونى بذلك، ولا يتوافر فى فعله رضاء المجنى عليه.

الفرع الثانى - التقاط أو نقل الصورة:

تتضمن الدراسة هنا مناقشة عنصرين هما السلوك الذى يقوم به الجانى ومحل السلوك كما يأتى:

أولاً - السلوك:

يعنى التقاط الصورة تثبيتها على مادة حساسة وهو ما يسمى بالنيجاتيف فلا يشترط إظهار الصورة بعد ذلك على المادة المخصصة له، لذا فإن إضفاء بعض التشوهات على النيجاتيف للتغيير لا يؤثر فى قيام الجريمة، أبو عامر (١٩٨٩م)، أما نقل الصورة فهو إرسال الصورة مباشرة كما هى بنقلها من مكان إلى مكان آخر غير المكان الذى التقطت فيه بحيث يتمكن غير الموجود فى هذا المكان الأخير من الاطلاع عليها.

ويستوى فى ذلك أن يكون المكان الذى نقلت إليه الصورة مكانًا عامًا أو خاصًا، ويكون ذلك بجهاز مخصص لذلك الأمر أيًا كان نوعه (العانى، ١٩٨٣م). ويتطلب أن تكون هذه الصورة ملتقطة من مكان خاص، وهو المكان الذى يستخدم إطارًا للحياة الخاصة، ويكون من غير المباح أن تطأه أقدام الغير دون رضاء صاحب الشأن (مصطفى، ١٩٨٤م).

ولا يعنى لفظ المكان الخاص أن يكون مسكنًا فليس كل مكان خاص مسكنًا، وإنما كل مسكن مكان خاص لحائزه سواء كان هو المالك أو المستأجر؛ حيث إن المشرع عندما يحمى المكان الخاص فتمتد الحماية إلى كل من يوجد بهذا المكان بغض النظر عن كونه مالكًا أو مستأجرًا أو حتى زائرًا له (الأهوانى، ١٩٧٨م).

كما يعد مكانًا عامًا كل مكان يرتاده الجمهور ويكون مفتوحًا له بصفة عامة ودون تمييز بين المرتادين له مثل الحديقة العامة والمطاعم، ووسائل النقل العام، ودور السينما والمسرح، ومركبات المواصلات العامة، والمقاهى فكلها أمكنة عامة (نقض ١٩٦٣/١/٢٩م - س ١٤ - رقم ١٣ - ص ٥٨).

فما يدور بتلك الأمكنة هو ما ساعد على إطلاق وصفها بأنها عامة؛ لأن من حق كل فرد أن يفعل ما يحلو له كما يفعل غيره بها؛ لأن العبرة فى كون المكان خاصًا توافر إمكانية اطلاع الغير من عدمه.

ونذهب إلى أن الأمر على السواء فى حالة ما إذا كانت الصورة موجودة بالفعل بملفات المجنى عليه المحفوظة فى جهازه، أو كانت الصورة منقولة مباشرة فى ذات التوقيت الذى تتم فيه باستعمال كاميرا (ديب)، ولحظة اتصال المجنى عليه بالشبكة، وتكون الصورة هنا لوقتها بمناسبة معينة. وقد يكون هذا الوقت هو وقت قد اختاره المجنى عليه لالتقاط بعض الصور التذكارية له أو لأسرته، أو لهما معًا فى منزله، أو حتى فى غرفة نومه. كما أنها على السواء فى حالة المشروعية أو عدم المشروعية لموضوع الصورة، قايد (أ).

فحياة الفرد سر لا يجوز الاقتراب منه دون ترخيص من الشرع والقانون، كما أن الاطلاع بصفة خاصة على الحرمات ممنوع بأمر الشارع لقوله تعالى (يَاأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لاَ تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْنِسُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَى أَهْلِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ) (النور/٢٧)، ومعنى هذا أن الله عز وجل يأمرنا بالحفاظ على الحرمات وأهمها حرمة البيوت وعدم الاعتداء عليها واتباع قواعد الدخول والبدء بالسلام، القرطبى (٧/ ٤٦١٠).

وما يؤكد تلك الحرمات ما رواه عَلِيُّ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ عن سُفْيَان قَالَ الزُّهْرِيُّ حَفِظْتُهُ كَمَا أَنَّكَ هَا هُنَا عَنْ سَهْلِ بْنِ سَعْدٍ قَالَ اطَّلَعَ رَجُلٌ مِنْ جُحْرٍ فِى حُجَرِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَمَعَ النَبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِدْرًى يَحُكُّ بِهِ رَأْسَهُ فَقَالَ لَوْ أَعْلَمُ أَنَّكَ تَنْظُرُ لَطَعَنْتُ بِهِ فِى عَيْنِكَ إِنَّمَا جُعِلَ الاسْتِئْذَانُ مِنْ أَجْلِ الْبَصَرِ (البخارى، ١٩٨٧م - جـ ١٢ - رقم ٥٧٧٢ - ص ٢٤٣)، وتفصح هذه الرواية عن المنع من التحسس والتجسس وإذا خولف هذا الحظر فلا يلومن الفاعل إلا نفسه إذا فقأت عينه وهو يتجسس رغم أنه قد جعل الاستئذان من أجل البصر.

فإن المعتدى بالنظر المحرم لا يمكن الاحتراز منه؛ لأنه نظر فى خفية فيتعذر معه إقامة البينة عليه فإن لم يبصر لم يضر حذف الحصاة، (وإن كان عادلاً لا يلومن إلا نفسه؛ لأنه عرض نفسه للهلاك والقاذف ليس بظالم والناظر خائن ظالم فيعزر إذا قامت عليه البينة) (الجوزية، ص ٧٢).

كما يجب إبعاد الصورة التى يكون فيها الشخص فى وضع مخجل فى مكان عام عن مجال الحماية الظاهر فالمنكر بصفة عامة معاقب عليه، لما رواه أَبُو بَكْرِ ابْنُ أَبِى شَيْبَةَ حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ عَنِ الأَعْمَشِ عَنْ زَيْدِ بْنِ وَهْبٍ قَالَ أُتِىَ ابْنُ مَسْعُودٍ فَقِيلَ هَذَا فُلانٌ تَقْطُرُ لِحيَتُهُ خَمْرًا فَقَالَ عَبْدُ اللَّهِ إِنَّا قَدْ نُهِينَا عَنِ التَّجَسُّسِ وَلَكِنْ إِنْ يَظْهَرْ لَنَا شَىْءٌ نَأْخُذْ بِهِ. أبو داود (جـ ١٤ - رقم ٤٨٩٠ ص ٢٧٤)، أى أن الجهر بالمعصية لا يعفى فاعلها من العقاب حيث لا حرمة لما ظهر للناس سره.

ثانيًا - موضوع السلوك:

يتمثل موضوع السلوك فى الصورة التى تفسر على أنها عبارة عن امتداد ضوئى لجسم الإنسان (حسنى، ١٩٨٦)، ونرى أنه إذا رضى الشخص لغيره أن يصوره فى وضع معين، فإنه فى الوقت ذاته لا يسمح لذات الشخص أن يعيد استعمال ذات الصورة بأشخاصها فى وضع آخر للتشهير بسمعة هذا الشخص، كما يفعل بعض المغرضين ببعض الأشخاص إذا أرادوا بهم سوءًا بإعادة تكوين الصورة وتوليفها على وضع آخر غير الذى التقطت فيه، فهو كذلك من باب الاعتداء على حرمة الصورة التى لن يسمح صاحب الشأن بها أن تنشر أو تعرض على الغير بالوضع الذى أعيدت عليه. كما أنه لن يقبل بداية أن تلتقط له على هذا الوضع (سرور، ١٩٩١م).

لذا نذهب إلى دعوة التشريعات العربية إلى النظر إلى تلك الصور من الاعتداءات الواقعة على الحياة الخاصة، السند (٢٠٠٤م)، وتتوجه باهتمامها إليها عند وضع

التشريعات الخاصة بحماية الحريات والحقوق الفردية كما نظرت إلى المعلومات والبيانات فى القانون الجزائى العربى الموحد (صادر عن مجلس وزراء العدل العرب - بموجب القرار رقم (٢٢٩) لسنة ١٩٩٦م - فقد نظر إلى البيانات ومعالجة المعلومات السرية آليًا فى أربع مواد هى (٤٦١-٤٦٤). ومحاولة الحد من الانتهاكات المتعددة للحقوق كما فى ملف التجسس بمجرد معرفة رقم (الآى بى وهو عبارة عن بروتوكول يسمى IP اختصار (Internet Protocol)، الخاص بفرد معين عند اتصاله بشبكة الإنترنت يملك الجانى سر المجنى عليه.

فالجانى فى هذه الجريمة محل البحث يتوجه بفعله إلى شىء مهم جدًا بالنسبة للإنسان ويعتز به الكثير من الناس للذكرى ألا وهو الحق فى الصورة الشخصية، وما يتضمنه من حق الإنسان فى الاعتراض على تصويره، وعلى نشر الصورة أيضًا. والراجح عدم مشروعية عرض صورة شخص على غيره دون رضاء أو ترخيص من القانون وفق نص المادة (٣٠٩) مكررًا عقوبات مصرى.

فلكل إنسان الحق فى صورته إلا أنه ليس بحق ملكية حيث اتخاذ صاحب الحق والشخص محل الحق، ألا وهو صاحب الصورة نفسه بخلاف حق الملكية، فيكون لشخص معين على محل معين، فكما يرد على شىء له حق الملكية عليه فله الحق فى أن يمنع غيره من الاعتداء على هذا الشىء الذى يتمتع بسلطة التصرف فيه والسيطرة عليه، بخلاف الحق فى الصورة لا يستطيع أحد أن يمنع الآخر من تصويره، كما أن الحق فى الصورة لا يرتب مركزًا قانونيًا جديدًا فى ذمة صاحب الحق (رستم، ١٩٨٦م).

ولا شك فى أن الإنسان ليس منشئًا لوجهه أو جسمه، وإنما هو من خلق الله فلا مساس به ولا اطلاع على عوراته أو عيب فيه خلق به من عند الله فهو من الحقوق اللصيقة بالشخصية ولها الحماية القانونية المقررة؛ لذا فهو مظهر خاص للحق فى الحياة الخاصة، رستم (١٩٨٦م).

وقد تختلط أحيانًا الحياة الاجتماعية اليومية بالحياة الخاصة للإنسان فلكل إنسان حرمة لصورته الموجودة فعلاً ولو فى مكان عام إذا أخذت دون رضاه فالعبرة بالموضوع وليس بمكان الفعل، رستم (١٩٨٦م).

ولكننا لا نؤيد بعض الفقه فى الأخذ بأن الأمر يختلف إذا كان صاحب الصورة من الشخصيات الشهيرة، لما تقتضيه ضرورات الحق فى الإعلام كسبب لإباحة الكشف عن خصوصياته مثل الشخصيات التاريخية ورؤساء الدول والوزراء وأبطال الرياضة والحرب ومشاهير العلماء، الأهوانى (١٩٧٨م) .

فكما تقدم فإن الحياة الخاصة لها سريتها ولها خصوصيتها مهما كان للشخص صاحب الشأن من شهرة أو وضع مميز فى المجتمع. وقد أكد على ذلك نص المادة (٣٠٩) مكررًا من قانون العقوبات المصرى؛ حيث لم يرد بها أى استثناء خاص بذلك فقد وضع النص لحماية الحياة الخاصة بصفة عامة لأفراد المجتمع ولم يذكر أنه وضع للأفراد العاديين دون المشاهير.

لقد خلق الناس سواء وهو مبدأ مستقر فى التشريع الإسلامى ولو كان قصاصًا لقوله تعالى (وَكَتَبْنَا عَلَيْهِمْ فِيهَا أَنَّ النَّفْسَ بِالنَّفْسِ وَالْعَيْنَ بِالْعَيْنِ وَالأَنْفَ بِالأَنْفِ وَالأُذُنَ بِالأُذُنِ وَالسِّنَّ بِالسِّنِّ وَالْجُرُوحَ قِصَاصٌ فَمَنْ تَصَدَّقَ بِهِ فَهُوَ كَفَّارَةٌ لَهُ وَمَنْ لَمْ يَحْكُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالمون) (المائدة/٤٥).

كما أكدت السنة الشريفة على مبدأ المساواة فيما رواه إِسْمَاعِيلُ حَدَّثَنَا سَعِيدٌ الْجُرَيْرِيُّ عَنْ أَبِي نَضْرَةَ حَدَّثَنِي مَنْ سَمِعَ خُطْبَةَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي وَسَطِ أَيَّامِ التَّشْرِيقِ فَقَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَلاَ إِنَّ رَبَّكُمْ وَاحِدٌ وَإِنَّ أَبَاكُمْ وَاحِدٌ أَلاَ لاَ فَضْلَ لِعَرَبِيٍّ عَلَى أَعْجَمِيٍّ وَلاَ لِعَجَمِيٍّ عَلَى عَرَبِيٍّ وَلاَ لأَحْمَرَ عَلَى أَسْوَدَ وَلاَ أَسْوَدَ عَلَى أَحْمَرَ إِلاَّ بِالتَّقْوَى أَبَلَّغْتُ قَالُوا بَلَّغَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثُمَّ قَالَ أَيُّ يَوْمٍ هَذَا قَالُوا يَوْمٌ حَرَامٌ ثُمَّ قَالَ أَيُّ شَهْرٍ هَذَا قَالُوا شَهْرٌ حَرَامٌ قَالَ ثُمَّ قَالَ أَيُّ بَلَدٍ هَذَا قَالُوا بَلَدٌ حَرَامٌ قَالَ فَإِنَّ اللَّهَ قَدْ حَرَّمَ بَيْنَكُمْ دِمَاءَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ قَالَ وَلاَ أَدْرِي قَالَ أَوْ أَعْرَاضَكُمْ أَمْ لاَ كَحُرْمَةِ يَوْمِكُمْ هَذَا فِي شَهْرِكُمْ هَذَا فِي بَلَدِكُمْ هَذَا

أَبَلَّغْتُ قَالُوا بَلَّغَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لِيُبَلِّغِ الشَّاهِدُ الْغَائِبَ، ابن حنبل (٢٢٣٩١).

فالحياة الخاصة لا تتمتع بالحماية إلا إذا ظلت أمرًا مغلقًا، الأهوانى (١٩٧٨م)، ولو كانت لشخص مشهور للجميع، إلا أنه مشهور فى عمل معين وفى مشاهد محددة، أو فى موقع معين وليس فى أى موقف وبأى مشهد وبأى صورة كان عليها؛ حيث إنها تتم دون رضاه، رمضان (٢٠٠٠م).

على حين ذهب البعض إلى أنه يتوافر الرضاء الضمنى بنشر الصورة إذا كانت لشخص ذى مهنة أو حرفة يمارسها علنًا، رمضان (٢٠٠٠م)، ولم يوضح هذا الرأى موقف الصورة بأنها تخص مشهدًا من المهنة المؤدى علنًا أم لا؛ كما أوضح أن الشخص العادى أولى بالحماية من المشهور أو المطلوب أن يعرف الناس أحواله، إلا أن ذلك لا يبيح إذاعتها بالصورة فالحماية مفترضة، ولكن تتقدم المصلحة الأجدر بالحماية. فإذا كان المقصود من نشر الصورة الدعاية كانت مصلحة الشخص أولى، وإذا كان الإعلام والنشر كانت مصلحة الجمهور أولى، رستم (١٩٨٦م).

فالحق فى الصورة حق مصون، فيهدر كل دليل مستمد من التقاط أو نقل أو نشر صورة للمتهم بغير رضائه أو دون ترخيص من القانون بأى طريقة غير مشروعة فقد ورد معناها ضمنًا بنص المادة (٤٥) من الدستور المصرى الدائم والتى نصت على أن (لحياة المواطنين الخاصة حرمة يحميها القانون)، فقد شمل النص ما يعبر عن الحياة الخاصة ومنها الصورة، بدليل أنها وردت ضمن ما تضمنته الحياة الخاصة فى نص المادة (٣٠٩) مكررًا عقوبات.

ويبدو الأمر واضحًا من خلال التحريم الوارد بالشرع لفعلى التجسس والتحسس. ويقصد بالتجسس البحث أو معرفة الشىء عن طريق الجس أى الاختبار باليد ومنه قيل: رجل جاسوس إذا كان يبحث عن الأمور؛ أما التحسس (الحاء) فهو ما أدركه الإنسان ببعض حواسه كالمراقبة بالعين فالتحسس تتبع للعورات لصالح الشخص المتتبع نفسه (الغزالى، د. ت).

كما بينت السنة النبوية الشريفة مدى خطورة الأثر المترتب على تتبع العورات فيما رواه عِيسَى بْنُ مُحَمَّدٍ الرَّمْلِيُّ وَابْنُ عَوْفٍ وَهَذَا لَفْظُهُ قَالاَ حَدَّثَنَا الْفِرْيَابِيُّ عَنْ سُفْيَانَ عَنْ ثَوْرٍ عَنْ رَاشِدِ بْنِ سَعْدٍ عَنْ مُعَاوِيَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِنَّكَ إِنِ اتَّبَعْتَ عَوْرَاتِ النَّاسِ أَفْسَدْتَهُمْ أَوْ كِدْتَ أَنْ تُفْسِدَهُمْ فَقَالَ أَبُو الدَّرْدَاءِ كَلِمَةٌ سَمِعَهَا مُعَاوِيَةُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ نَفَعَهُ اللَّهُ تَعَالَى بِهَا، أبو داود (جـ ٤ – رقم ٤٨٨٩). وكذلك الأمر إذا حدث التجسس من الموظف العام ولو كان أميرًا أو حاكمًا لما رواه سَعِيدُ بْنُ عَمْرٍو الْحَضْرَمِيُّ حَدَّثَنَا إِسْمَعِيلُ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا ضَمْضَمُ بْنُ زُرْعَةَ عَنْ شُرَيْحِ بْنِ عُبَيْدٍ عَنْ جُبَيْرِ بْنِ نُفَيْرٍ وَكَثِيرِ بْنِ مُرَّةَ وَعَمْرِو بْنِ الأَسْوَدِ وَالْمِقْدَامِ بْنِ مَعْدِى كَرِبَ وَأَبِى أُمَامَةَ عَنِ النَّبِىِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الأَمِيرَ إِذَا ابْتَغَى الرِّيبَةَ فِى النَّاسِ أَفْسَدَهُمْ، أبو داود (جـ ٤ – رقم ٤٢٤٥)، مما يؤصل تحريم تتبع عورات الناس ومن باب أولى ألا يتتبع الأمير عورات مأموريه وإلا تفشى الأمر وساد الفساد.

فإن الإنسان إذا تتبع عورات غيره دون رضاه استحق ما لا يرضاه، لما رواه يَحْيَى عَنِ ابْنِ عَجْلاَنَ قَالَ سَمِعْتُ أَبِى يُحَدِّثُ عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِىِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَبِى الزِّنَادِ عَنِ الأَعْرَجِ عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِىِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَوْ أَنَّ رَجُلاً اطَّلَعَ عَلَيْكَ فِى بَيْتِكَ فَحَذَفْتَهُ بِحَصَاةٍ فَفَقَأْتَ عَيْنَهُ لَمْ يَكُنْ عَلَيْكَ جُنَاحٌ، ابن حنبل (كتاب باقى مسند المكثرين – باب باقى المسند – رقم ٩١٦٠)، فلا ضمان ولا قصاص أخذ بذلك جماعة العلماء ومنهم الشافعية وخالفه مالك (الشرقاوى، جـ ٣ – كتاب الديات – ص ٣٥٠)، ومؤدى ذلك أنه لا ضمان ولا حق لمن خالف الشرع وتتبع العورات.

كما أنه يتطلب لوجوب العقاب أن تكون هذه الصورة قد التقطت من مكان خاص ولو كانت بوضع لا يخجل منه صاحب الصورة وأخذ البعض بأن الوضع يختلف إذا التقطت الصورة للشخص وهو فى مكان عام ولو كان فى وضع لا يريد من غيره أن يطلع عليه، فلا حماية ويأخذ بمعيار المكان وليس بمعيار الموضوع.

وعلى ذلك لا نتفق مع الرأى الآخذ بأنه لا تتوافر الجريمة إذا كان الفعل مجرد رؤية للشخص بالمنظار، حيث إن المنظار لا يرتب الأفعال المعاقب عليها سواء التصوير أو النقل فإنه ليس جهازًا للتصوير، كما أنه ليس بجهاز لنقل الصورة من مكان لآخر فهو مجرد مكبر لتوضيح الصورة أو تقريبها ولا يطلع عليها أحد غير من ينظر من خلاله فلا تطبع ولا تنقل من المكان الموجود به الشخص ذاته، أبو عامر (١٩٨٩م)؛ والدليل على ذلك ما ورد بالحديث الشريف حَدَّثَنَا بِشْرُ بْنُ مُحَمَّدٍ أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ أَخْبَرَنَا مَعْمَرٌ عَنْ هَمَّامِ بْنِ مُنَبِّهٍ عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ وَلاَ تَحَسَّسُوا وَلاَ تَجَسَّسُوا وَلاَ تَحَاسَدُوا وَلاَ تَدَابَرُوا وَلاَ تَبَاغَضُوا وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا، البخارى (جـ ٤- كتاب الأدب - رقم ٥٦٠٤ - ص ٦٠)، و ما يستدل عليه من ذلك أن التجسس قد يكون بالعين فقط دون نقل الصورة.

كما نرى أنه رغم ذلك ما زال الأمر بحاجة إلى المزيد من ملاحقة ركب التطور التقنى ووضع المزيد من النصوص التى تعمل على توفير الحماية الجنائية الكافية للصورة بكل أشكالها، شاملة كل مكان على حدة، وكل مشهد للشخص على حدة، مع وضع نوع الأداة فى اعتبار التجريم، كما نتطلب الموافقة الخطية من صاحب الصورة حتى يخرج الأمر عن التجريم (وهو ما دعى إليه المؤتمر السادس للجمعية المصرية للقانون الجنائى المنعقد بالقاهرة فى ١٩٩٣/١٠/٢٥م - والمؤتمر التاسع لمنع الجريمة ومعاملة المجرمين برعاية الأمم المتحدة فى القاهرة - ١٩٩٥م - وكذلك فى مؤتمرها العاشر المنعقد فى بودابست بالمجر عام ٢٠٠٠م).

الفرع الثالث - إذاعة أو استعمال المستند أو التسجيل أو التهديد بالإفشاء:

يشتمل البحث هنا على عنصرين الأول منهما السلوك والثانى المحل الذى يأتى عليه الفاعل سلوكه.

أولاً - السلوك:

ورد النص على تجريم إذاعة أو استعمال المستند أو التسجيل أو التهديد بالإفشاء بموجب م (٣٠٩) مكررًا (أ) من قانون العقوبات المصرى الذى اقتبس من نص المادة (٣٦٩) عقوبات فرنسى على اعتبار أن المساس بالحياة الخاصة للفرد هو مساس بالمشروعية.

فتظهر الجريمة محل البحث على أنها جريمة استغلال ثقة وضعها المجنى عليه فى الحماية المفترضة من التشريع بصفة خاصة إذا كان فى مكان خاص. حيث يحصل الجانى على التسجيل أو المستند بطريق مشروع، أو غير مشروع. فهنا تعد جريمة تامة وفى ذات الوقت هى أحد عناصر الجريمة محل البحث، ثم يلحقها الجانى بعد ذلك بجريمة أخرى أشد خطورة، ألا وهى جريمة إذاعة أو استعمال هذا التسجيل أو المستند أو التهديد للشخص صاحب الشأن بإفشاء سره.

ففى هذه الحالة قد خان الجانى الثقة المتوقعة فى سرية مستنداته وما تحتويه من بيانات، قايد (١٩٩٤م، أ)، وحاول تهديد هذا الأمان المتطلب لكل شخص فى كل أموره الخاصة والعامة فيحتال عليها الجانى وهو ما حرمه الشرع كما سبق الإشارة لذلك.

ونرى فى هذه الحالة أن الطابع السائد عليها هو تهديد أمن الشخص وإخافته مما يبرر أن نصف هذا الفعل على استقلال بأنه أقرب ما يكون إلى جريمة الحرابة (عودة، د. ت)، الوارد تجريمها بالنصوص الشرعية فى قوله تعالى (إِنَّمَا جَزَاءُ الَّذِينَ يُحَارِبُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَسْعَوْنَ فِي الأَرْضِ فَسَادًا أَنْ يُقَتَّلُوا أَوْ يُصَلَّبُوا أَوْ تُقَطَّعَ أَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُمْ مِنْ خِلافٍ أَوْ يُنْفَوْا مِنَ الأَرْضِ ذَلِكَ لَهُمْ خِزْيٌ فِي الدُّنْيَا وَلَهُمْ فِي الآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (المائدة/٣٣).

والجدير بالذكر أنه جرم مركب؛ حيث إنه قد ورد تجريم استعمال متحصلات الجريمة بأن يذيع الجانى أو يستعمل التسجيل أو المستند السابق تحصيله

بطريق غير مشروع ولو فى غير العلانية، وقد غلَّظه المشرع عندما أضاف شكلاً آخر للمساس بحرمة الحياة الخاصة، وهو الاحتفاظ بالتسجيل أو المستند، وهو أمر مفترض فى الجريمة الأصلية؛ حيث إنه يتربص للفرصة التى يحين له فيها استعمال ما جناه من جرمه.

فإذا لم يشعر المجنى عليه بأن حياته الخاصة مهددة بإفشاء سرها لم يكن الجانى قد ارتكب جرمًا، ولا خطرًا ولا ضررًا قد يشكل الركن المادى للجريمة؛ لذا عبر عنها المشرع المصرى بالتهديد بالإفشاء.

ولكن هذا التهديد المذكور بالنص قد قصد منه المشرع التهديد بذات شخص الجانى ومادته وأهميتها. فالعبرة بما ينتاب المجنى عليه من خوف وزعر يهدد أمنه، وليس باتصاله عبر الإنترنت الذى قد لا يراه أحد ولا يسمعه، ولا يشهد على وجوده. وهو من الصعوبات التى تصادف النص عند التطبيق، وتحتاج إلى الإضافة إلى النص حتى نستطيع الوصول به إلى العقاب.

وأما عن إذاعة التسجيل أو المستند فالمراد به أن يعلم عدد من الأفراد من الغير، ويطلعون على مكنون حياة فرد فيما يخصه من تسجيل، أو مستند، أو صورة فيعلن الجانى عن مكنون سرية حياة الغير، سواء علم بها فردٌ واحدٌ أو عدة أفراد، وبغض النظر عن كون الإذاعة قد تمت بطريق الصحافة أو التلفاز، أو الإنترنت، أو الإعلان عنها بأى من وسائل الإعلام، العانى (١٩٨٣م).

فقد يقوم الجانى بلصق صورة المجنى عليه على حائط فى الطريق العام مثلاً، أو يقوم بإذاعة التسجيل على العامة عبر الإنترنت، وقد يكون السلوك هو تسهيل الإذاعة بأن يعمل الجانى على فتح الطريق أمام الغير للعلم ببعض أحوال غيره التى لم يكن يعلم بها فيسهل له العلم بها، بأن يوفر له جهاز الإذاعة مثلاً أو أيًا من وسائل النشر التى قد يحتاج إليها لاستعمال أو إذاعة التسجيل أو المستند، وعلى ذلك يكون الفاعل الأصلى هو من حرَّض الناشر للمستند على النشر أو الإذاعة فيعد المحرض فاعلاً أصليًا والمنفذ مجرد أداة استعملها المحرض للوصول إلى غرضه، مصطفى (١٩٨٤م).

ولكن هل النص يصلح لتوفير الحماية الكافية عبر الإنترنت وانتشار المعلومات عبر الدول الأخرى وليس فقط فى نطاق عدد من الأفراد؟ وإن كان الجرم متحققًا ولو كان المطلع على الأمر هو فرد واحد من الغير، إلا أنه قد يكون هذا الشخص خارج نطاق الدولة التى تم بها الفعل، بل إنه فى دولة أخرى تمت بها النتيجة.

وأما عن استعمال المستند فالمقصود به استعمال الشىء توصلاً إلى غرض شخصى علنًا، أو فى غير علانية، كما يتوافر الركن المادى إذا ما أطلع الجانى فردًا واحدًا من الغير على التسجيل أو المستند الذى تحصل عليه بطريق غير مشروع، مصطفى (١٩٨٤م).

ونرى أنه يستوى أن يتم ذلك فى مكان عام أو خاص فالأمر على السواء، حيث قد يتم فى مكان عام كالحديقة مثلاً إلا أنه على مسمع من المنفذ والغير فقط دون أن يصل إلى علم أحد بخلافهما فهنا يذاع سر المجنى عليه على الغير باستعمال التسجيل أو رؤية الصورة. كما يستوى أن يقصد الجانى النتيجة المحققة من السلوك المرتكب أو أنها تحققت دون انصراف إرادته إليها، (الألفى، ١٩٩٥م)، إلا أننا نذهب إلى أن الأمر يختلف عندما يتم الفعل فى دولة ويؤتى ثماره فى دولة أخرى بصفة خاصة إذا مس الأمر سياسة الدولة ولو من بعيد.

أما عن التهديد بالإفشاء فقد نص المشرع المصرى فى المادة (٣٠٩) مكررًا (أ) على أنه (يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على خمس سنوات كل من هدد بإفشاء أمر من الأمور التى تم التحصل عليها بإحدى الطرق المشار إليها لحمل شخص على القيام بعمل أو الامتناع عنه، ويعاقب بالسجن الموظف العام الذى يرتكب أحد الأفعال المبينة بهذه المادة اعتمادًا على سلطة وظيفته - ويحكم فى جميع الأحوال بمصادرة الأجهزة وغيرها مما يكون قد استخدم فى الجريمة، أو تحصل عنها، كما يحكم بمحو التسجيلات المتحصلة عن الجريمة أو إعدامها).

فكل مستند أو تسجيل تم الحصول عليه بطريق غير مشروع كما لو سرق من ملفات المجنى عليه الخاصة بواسطة جهاز الجانى بطريق التجسس يعد محلاً

للجريمة، ويتوافر الركن المادى بسلوك التهديد والوعيد بنشر أشياء تحوطها السرية فى الأصل، وذلك سواء كان شفهيًا أو كتابيًا.

ولكن الإفشاء فى حد ذاته مجرم فما بالنا بالتهديد به ولو وقع بأى وسيلة أو مجرد التجسس للعلم بما يريد الجانى إفشاءه. فيلزم بقاء السر على حاله ولا يحاول أحد الاطلاع عليه لمجرد العلم، فما بالنا وهو يطلع من أجل إفشائه، فيلزم الكتمان والبعد عن التجسس لجمع معلومات فى الأصل محاطة بسياج من السرية.

كما أمرتنا السنة الشريفة بالستر والبعد عن البهتان لما رواه أَبُو الْيَمَانِ قَالَ أَخْبَرَنَا شُعَيْبٌ عَنِ الزُّهْرِيِّ قَالَ أَخْبَرَنِى أَبُو إِدْرِيسَ عَائِذُ اللَّهِ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ عُبَادَةَ بْنَ الصَّامِتِ رَضِىَ اللَّهُ عَنْهُ وَكَانَ شَهِدَ بَدْرًا وَهُوَ أَحَدُ النُّقَبَاءِ لَيْلَةَ الْعَقَبَةِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ وَحَوْلَهُ عِصَابَةٌ مِنْ أَصْحَابِهِ بَايِعُونِى عَلَى أَنْ لاَ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ شَيْئًا وَلاَ تَسْرِقُوا وَلاَ تَزْنُوا وَلاَ تَقْتُلُوا أَوْلاَدَكُمْ وَلاَ تَأْتُوا بِبُهْتَانٍ تَفْتَرُونَهُ بَيْنَ أَيْدِيكُمْ وَأَرْجُلِكُمْ وَلاَ تَعْصُوا فِى مَعْرُوفٍ فَمَنْ وَفَى مِنْكُمْ فَأَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ وَمَنْ أَصَابَ مِنْ ذَلِكَ شَيْئًا فَعُوقِبَ فِى الدُّنْيَا فَهُوَ كَفَّارَةٌ لَهُ وَمَنْ أَصَابَ مِنْ ذَلِكَ شَيْئًا ثُمَّ سَتَرَهُ اللَّهُ فَهُوَ إِلَى اللَّهِ إِنْ شَاءَ عَفَا عَنْهُ وَإِنْ شَاءَ عَاقَبَهُ فَبَايَعْنَاهُ عَلَى ذَلِك، البخارى (جـ ٤ - رقم ١٧ - كتاب الإيمان - باب علامة الإيمان حب الأنصار)، ويؤكد ذلك ضرورة الحفاظ على السر وبقائه بذات الصفة (سرًا) والستر على الغير بالكتمان لما يسيئ إليه.

فالاطلاع على السر أمر مستقل بذاته فى التجريم، ولكن الأمر أشد فى إلحاقه بالإفشاء، أو التهديد بالإفشاء. هذا هو الوضع كما يرى المشرع، ولكن نرى أن المشرع لم يخطر بباله أن هذا الإفشاء قد يكون أمرًا دوليًا وعلى الملأ، كما أنه لم يخطر بباله وسيلة التهديد وكيفيته عبر الإنترنت وصعوبة إدراك الفعل فى حد ذاته حتى يتم الركن المادى المتطلب للجريمة. فالأمر هنا يحتاج إلى الدقة فى إعادة صياغة النص بما يتفق والواقع عبر الإنترنت، كإضافة وسيلة جديدة تتم بها الجريمة.

ولكن هذا لا يطعن فى صلاحية النص للتطبيق على تطلب حفظ السر وعدم المساس بسرية المعلومات، والالتزام بذلك لما رواه عَبْدُ اللَّهِ بْنُ صَبَّاحٍ حَدَّثَنَا مُعْتَمِرُ ابْنُ سُلَيْمَانَ قَالَ سَمِعْتُ أَبِي قَالَ سَمِعْتُ أَنَسَ بْنَ مَالِكٍ أَسَرَّ إِلَيَّ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سِرًّا فَمَا أَخْبَرْتُ بِهِ أَحَدًا بَعْدَهُ وَلَقَدْ سَأَلَتْنِي أُمُّ سُلَيْمٍ فَمَا أَخْبَرْتُهَا به البخارى (جـ ٤ - رقم ٥٨١٥ - كتاب الاستئذان - باب حفظ السر - ص ٩٦). فيجب التعلم والتأدب بأدب الإسلام، ولو أن صاحب السر هو الذى بلغ به غيره إلا أن هذا الغير التزم بالسرية وحمل الأمانة ولم يفشه لغيره؛ حيث إنه أصبح أمينًا على السر والسر أمر خاص وإلا ما كان أسر به.

أما عن التهديد كتابيًا بصفة خاصة إذا تعلق بشرف أو سمعة المجنى عليه فيكون النص محل التطبيق على الجانى هو نص المادة (١/٣٢٧) من قانون العقوبات المصرى، والتى نصت على أنه (كل من هدد غيره كتابة بارتكاب جريمة ضد النفس أو المال معاقب عليها بالقتل أو الأشغال الشاقة المؤبدة أو المؤقتة، أو بإفشاء أمور خادشة للشرف وكان التهديد مصحوبًا بطلب أو بتكليف بأمر يعاقب بالسجن).

ثانيًا - موضوع السلوك:

تأتى جريمة إذاعة أو استعمال المستند أو التسجيل على محل هو التسجيل أو الصورة أو أى مستند والتسجيل هو الاحتفاظ بما ورد فى الحديث على مادة تمكن الغير من إعادة الاستماع لما ورد بالحديث مرة أخرى ووقتما يريد، ولا تملك حتى النيابة العامة التسجيل دون إذن القاضى الجزئى (نقض ١٩٨٧/١١/١١م - رقم ١٧٣). وبناء عليه فلها أن تصدر أمرًا لأحد مأمورى الضبط بتنفيذ الأمر الصادر من القاضى الجزئى (نقض ١٩٨٥/١٠/١٩م - رقم ١٤٨).

أما المستند فهو كل محرر يتضمن معلومات تربط شخصًا بآخر، أو تبين حالة أو مركزًا قانونيًا معينًا لشخص المجنى عليه سواء كتب باللغة الوطنية، أو الأجنبية، ولو كان شفرة سرية خاصة بالمجنى عليه فى علاقاته، ويأتى السلوك فى صورة

جريمة التهديد بالإفشاء على مضمون التسجيل أو المستند وما يحويه من معلومات خاصة بالمجنى عليه تمس حياته الخاصة وسريتها، ولو كان خطابًا من الوالد للولد، أو من الزوج للزوجة أو العكس.

فالتهديد بالإفشاء واقع حتمًا مهما كانت الوسيلة ولو كانت عبر الإنترنت، ولو كانت بالتنويه عن صفة الشخص بأنه له من الأسرار الخطيرة ويحاول الجانى تحديده بدقة متقنة حتى يصله الخطاب بالتهديد ويفهمها المجنى عليه مما يدخل الرهبة فى نفس المجنى عليه بناء على هذا التهديد، فبأى طريق تقع الجريمة طالما النتيجة المحققة واحدة فكل الوسائل فى هذا الأمر سواء، الألفى (١٩٩٥م).

ولكن ما هى سبل الحماية التى كفلها التشريع للمستند جراء إفشاء محتواه، أو التهديد بإفشائه أو استعماله أو إذاعته عبر الإنترنت. فالمجال عبر الإنترنت لا يضع لمسرح الجريمة حدودًا، ولا حتى للوسيلة التى تم بها السلوك الإجرامى؛ حيث صعوبة ضبطها، وصعوبة التوصل إليها. بصفة خاصة إذا كان الجانى من مرتادى مقاهى الإنترنت. وذلك مما يدعونا إلى تكرار طلب تحديث النصوص بإضافة ضمانات أكثر لحماية المستند من المساس به عبر الإنترنت.

المطلب الثانى - النتيجة وعلاقة السببية:

تمهيد وتقسيم:

لكل جرم أثر مترتب عليه فى الواقع المادى ينبئ عن وقوع حدث يدل على وجود آخر غير المجنى عليه، ودون وجود سبب الأثر ظاهرًا من الفعل المرتب للأثر ما كانت المسؤولية؛ حيث لا بد من وجود حلقة وصل بين الفعل المرتكب والنتيجة المتحققة فى الواقع المادى، وهو ما نفصله على مدى فرعين تاليين يناقش الأول منهما النتيجة الضارة المترتبة على السلوك المادى، ويعرج الثانى منهما إلى توضيح علاقة السببية المتطلبة بين السلوك والنتيجة.

الفرع الأول - النتيجة:

يقصد بالنتيجة الأثر المادى أو القانونى المترتب على الفعل الصادر من شخص معين كما فى نتيجة إزهاق الروح لفعل القتل (حسنى، ١٩٨٩م). كما أنه لابد من إقامة الدليل الواضح على ارتكاب الفعل الجرمى وهو ما يظهر من توافر النتيجة القانونية التى يتوافر بتمامها الاعتداء.

وتظهر النتيجة فى الشكل الأول من جرائم المساس بالحياة الخاصة وهى التنصت فى نقل الحديث محل التنصت إلى مسمع الغير دون صاحب الشأن، كما تحتوى الجريمة على كشف سر مستور بجدران، وبذلك يتوافر الضرر الناتج عن الاعتداء الواضح على سرية الحياة الخاصة التى هى بذاتها محلاً لحماية الشرع والقانون، حسنى (١٩٨٩م). كما يتطلب وجود السببية بين النتيجة المتحققة والفعل، فلابد أن يكون العلم بمحتوى الحديث الخاص قد وقع بالفعل بواسطة الإنترنت وليس بواسطة أحد الأقارب مثلاً.

كما تظهر النتيجة فى جريمة التقاط الصورة بنقل الصورة التى سترها صاحب الشأن فيما بينه وبين أهله دون الغير منهم، وتنقل إلى غير ذى مصلحة ولا علاقة له بصاحب الشأن، اللهم إلا إنه فضول بل تبجح من الفاعل على حال المجنى عليه مما قد يرتب معه نشرها واتساع نطاق العلم والعلانية غير المفترضة من المجنى عليه وقتما سجل تلك الصور للذكريات. وبغض النظر عن نوع الجهاز الذى نقلت به الصورة، سرور (١٩٩١م).

الفرع الثانى - علاقة السببية:

حتى يكتمل الركن المادى للجريمة لابد من توافر العلاقة السببية بين السلوك الإجرامى الذى قام به الجانى وبين النتيجة الإجرامية التى تحققت من جراء هذا السلوك. فلا يعتد بالنتيجة كأثر إجرامى لفعل معين إلا إذا كانت مترتبة طبيعيًا بناء على علاقتها بالسلوك الإجرامى.

أما إذا توافر ما يترتب عليه قطع السببية بين السلوك والنتيجة الإجرامية فهذا مما يضعف الجريمة ويخرجها عن مصاف التجريم فقد تقف عند درجة الشروع دون التوصل إلى مرحلة البدء فى الفعل. وعندئذ قد يكون الشروع كما فى بعض الجرائم غير معاقب عليه.

ففى جريمة التقاط الصورة أو نقلها حتى تقع الجريمة كاملة بالصورة المنصوص عليها لابد من الارتباط بين الفعل وهو الالتقاط أو النقل، وبين النتيجة المتحققة، وهى العلم بما فى الصورة فى ذلك المكان، فلابد أن تكون نقطة الوصل هى الإنترنت وليس شخصًا آخر غير المجنى عليه فلا مسؤولية عند انعدام السببى، حسنى (١٩٨٩م).

وأما عن جريمة إذاعة أو استعمال التسجيل أو المستند فتتوافر النتيجة فى وقوع فعل الإعلان أو الإذاعة، أى بتوافر النشر وفض سرية التسجيل أو المستند ولو لم يره أحد ولكن وقع فعل النشر على شبكة الإنترنت. كما تتوافر باستعمال المستند ولو دون علانية إذا ورد الفعل على تسجيل شخصى أو مستند.

فالعبرة باستخدام وسيلة غير مشروعة للتوصل إلى هدف غير مشروع سواء تم استعمال ما تحصل من الفعل أو لا. كما لو كان صورة للشخص فى مكان خاص كما لو كان صورة فتاة فى مسبح منزلها. العبرة فى التجريم أن يتم ذلك دون رضاء المجنى عليه وهو ما يفترض حدوثه هنا؛ حيث لم يصل الجانى إلى سر المجنى عليه إلا بالتجسس، سرور (١٩٩١م). كما يكتمل الركن المادى بضرورة توافر علاقة السببية بين الفعل المرتكب والنتيجة المتحققة.

وفى النهاية، نحن نرى أنه تتوافر السببية ولو كان فعل الجانى يمثل جزءًا من الفعل، فالأصل فى المسؤولية أن يكون فعل الجانى هو مسبب النتيجة أو هو أحد العناصر المرتبة للنتيجة الواقعة بالفعل، كما لو كان دوره اقتصر على توفير ملف التجسس دون فعل التجسس بذاته، فلولا وجود ملف التجسس ما استطاع الجانى الفاعل إتمام عملية التجسس والتوصل إلى المستند، وما استطاع

استعماله أو غير ذلك من الأفعال؛ فإن فعله الأول هو السبب الرئيسى فى الأفعال اللاحقة (قايد، ش).

المبحث الثانى - الركن المعنوى:

تمهيد وتقسيم:

من المتعارف عليه فى علم القانون الجنائى أنه لا يكفى توافر الركن المادى بمفرده لقيام المسؤولية الجنائية عن الجريمة، بل يجب أن يقصد الجانى تصرفه ضد الغير ولو لم يَعِه، ولو وقع منه بطريق الخطأ، أو أنه غير متعمد له.

فحتى تقوم الجريمة كاملة العناصر لابد من وجود فاعل هو الجانى وفعل مادى ظاهر أو له مظهر خارجى يدل على ماديات تضر بالغير أو تهدده بالخطر، ولا بد من اتجاه إرادة الجانى إلى الفعل ذاته، وترتيب النتيجة الضارة بالغير، أو التى تعرضه للضرر. وبناء عليه سوف تتجه الدراسة هنا إلى إفراد مطلب لكل جريمة من الجرائم محل البحث لبيان الركن المعنوى المتطلب فيها.

المطلب الأول - جريمة التنصت:

تطبق هنا القاعدة العامة للركن المعنوى، حيث توافر القصد الجنائى العام الذى يقوم بدوره على عنصرى العلم والإرادة. فيتطلب فى الجانى علمه بخصوصية الحديث الذى يجب أن تتجه إرادته إلى المساس بحرمته وارتكاب السلوك عليه، وإلا ما كان تنصت واستعمل الإنترنت وتجسس على محادثات المجنى عليه، وأن يصل إلى النتيجة المعاقب عليها وهى التنصت على الحديث والوصول إليه أو نقله، ولا تقوم بناء على ذلك الجريمة محل البحث إذا وقع السلوك عرضًا، كما لو كان على الإنترنت يتجول بين المواقع، ويعبث دون قصد، أو أنه قد وقع منه هذا الفعل سهوًا، مصطفى (١٩٨٤م).

ويكون هذا السلوك محرمًا كأحد صور الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة، إن لم يكن الجانى يتعمد الفعل بإعلام أهل البيت بوجوده لما رواه أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِى شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحِيمِ بْنُ سُلَيْمَانَ عَنْ وَاصِلِ بْنِ السَّائِبِ عَنْ أَبِى سَوْرَةَ عَنْ أَبِى أَيُّوبَ الأَنْصَارِىِّ قَالَ قُلْنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ هَذَا السَّلاَمُ فَمَا الاِسْتِئْذَانُ قَالَ يَتَكَلَّمُ الرَّجُلُ تَسْبِيحَةً وَتَكْبِيرَةً وَتَحْمِيدَةً وَيَتَنَحْنَحُ وَيُؤْذِنُ أَهْلَ الْبَيْتِ (القزوينى - كتاب الأدب - باب الاستئذان - رقم ٣٧٠٧ - ص ١٢٢١ - وذكر فى جامع المتن به - أنه انفرد به ابن ماجة)، فالمسؤولية تأتى من المساس بحق الغير فى السرية.

وما قرره الشرع الحنيف يؤكد ضرورة الاستئذان حتى ينتفى العمد بالتحميد والتكبير والتسبيح حماية للحرمات، فيكون الاستماع بعدها لأى حديث بطريق مشروع ولا عبرة بعد ذلك بالباعث - ونعنى الباعث رغبة الجانى المعروفة لديه فى الاعتداء على المصلحة المحمية بموجب القانون حتى إذا تم الاعتداء تحقق الغرض الذى تسعى إليه الإرادة، أو الغاية، عبيد (١٩٩٥م).

لذا يتطلب العمد للعقاب فإنه إذا سمع بالصدفة بعضًا أو جزءًا من الحديث الخاص بالصدفة فقط فالواجب الأخلاقى يحتم عليه الإغلاق أو تغيير المجال إذا لم يعمد السماع، لقوله تعالى (إِلاَّ مَنْ خَطِفَ الْخَطْفَةَ فَأَتْبَعَهُ شِهَابٌ ثَاقِبٌ) (الصافات/١٠)، ومفادها ضرورة العمد لتقام المسئولية عن استراق السمع بأى وسيلة كانت، القرطبى (د. ت).

المطلب الثانى - جريمة التقاط الصورة:

لا يكفى لقيام الجريمة توافر الركن المادى من سلوك ونتيجة تربطهما رابطة سببية فقط وماديات ظاهرة، ولكن يتطلب - إلى جانب ذلك - أن تعاصر تلك الماديات إرادة خاصة بنفسية الجانى تتمثل فى القصد الجنائى الذى يتجه إلى الإضرار بمصلحة المجنى عليه؛ حيث يسبق تلك الإرادة توافر علم الجانى بمدى جرم سلوكه والأثر المترتب عليه، ومدى الضرر أو الخطر الذى سوف يصيب

المجنى عليه فى حياته الخاصة المتمثلة حمايتها هنا فى حماية الصورة، ومع ذلك يريد الجانى تحقيق فعله.

ونرى أن توافر الركن المعنوى هنا فى الجريمة محل البحث لابد من أن يظهر فيه الجانى بعلمه بالحرمة المقررة لحق المجنى عليه فى السرية وأن يتجه قصده إلى نقل أو التقاط الصورة الذى يتم بطريق غير مشروع هو التجسس عبر الشبكة العنكبوتية وبدون رضاء المجنى عليه. ومن ثم فهى جريمة عمدية تتطلب القصد الجنائى العام بتوافر العلم والإرادة ودون توافر الرضاء ولو كان رضاء مفترضًا.

وتنص المادة (٣/٣٠٩) مكرر من قانون العقوبات المصرى على أنه (متى تم تسجيل الأحاديث أو نقلها أو استراق السمع أو التقاط الصورة أثناء اجتماع وعلى مرأى ومسمع من الحاضرين فى ذلك الاجتماع، فإن رضاء هؤلاء يكون مفترضًا)، أى أنه بمفهوم المخالفة إذا تم التسجيل بدون علم الحاضرين أو فى غفلة منهم، أو من بعضهم فلا افتراض للرضاء.

لذا فهو سلوك محرم لما يرتبه من إيذاء للغير لقوله تعالى (وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بِغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُبِينًا) (الأحزاب/٥٨) أى أن الإيذاء بصفة عامة من الأمور المكروهة، القرطبى (د. ت).

وبطبيعة الحال فإن الصورة الملتقطة من مكان خاص كالمسكن مثلاً تعنى أن صاحبها لا يرغب فى علم الغير بها، وإلا ما ستر نفسه داخل مسكنه الذى يفترض أنه ساتر له ومحرم على الغير؛ لذا فاطلاع الغير عليها إيذاء للمجنى عليه. كما نهت عنه السنة النبوية الشريفة كما سبق ذكره.

المطلب الثالث - جريمة إذاعة أو استعمال المستند أو التسجيل أو التهديد بالإفشاء:

الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة جرم عمدى يتطلب القصد الجنائى العام بعنصريه العلم والإرادة.

فأما عن العلم فهو أن يعلم الجانى بمحل الجريمة وأن يعلم بمصدر الحصول على ذلك المحل وهو التسجيل أو المستند بأنه قد توصل إليه بطريق غير مشروع، وأن يعلم كذلك بأمر المجنى عليه الذى يتنصت عليه وعلى أموره الخاصة. كما يعلم بطبيعة نشاطه، وأنه تحسس لأمور غيره، وأنه ليس حقًا له بل واجبًا عليه البعد عن مثل ذلك الفعل وعدم المساس بالحرمات؛ حيث إن العلم بقواعد قانون العقوبات من الأمور المفترض العلم بها من قبل جميع الأفراد ولا يعذر أحد بالجهل بها.

ويتطلب إلى جانب ذلك أن تتجه إرادة الجانى إلى إذاعة أو استعمال أو التسهيل لاستعمال التسجيل أو المستند أو التهديد بإفشاء محتواه بغض النظر عن الباعث على ذلك، فلا جرم إذا تم الفعل سهوًا عن الجانى أو وقع عرضًا، مصطفى (١٩٨٤م)؛ حيث إنه ليس بأمين على سرية البيانات.

وإذا كانت التسجيلات من الزوجة لزوجها فى أمور قد تحتاج إليها بعد ذلك لإثبات وقوعها فلا جريمة فى ذلك الفعل، وإذا كان من الشريك لشريكه لإثبات الشركة أو لقوله له بأنها قد تمت بينهما، فهنا - أيضًا - لا تقع الجريمة حيث لا نية للضرر فالتسجيل العلنى من المجنى عليه أخف ضررًا من الذى يقع خلسة، كما أن التسجيل لم يأت بجديد وإنما هو أمر واقع وحاصل بالفعل، كما أنه مقبول كدليل براءة ولو بطريق غير مشروع (نقض ١٩٦٥/١/٢٥م - رقم ٢١).

فالتسجيل هنا كالتنصت مجرم ومحرم كأحد صور الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة، فإن لم يكن يعمد الجرم فليعلم أهل البيت بوجوده، كما أكدت ذلك السنة النبوية الشريفة كما سبق ذكره من تطلب تأكيد الاستئذان بالتحميد والتكبير والتنحنح حماية للحرمات، فيكون الدخول بعدها مشروعًا.

وفى رواية أخرى عن أبى بَكْرِ بْن أَبى شَيْبَةَ حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ عَيَّاش عَنْ مُغيرَةَ عَن الحَارث عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ نُجَيٍّ عَنْ عَلِيٍّ قَالَ كَانَ لِى مِنْ رَسُولِ اللَّه صلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مُدْخَلانِ مُدْخَلٌ بِاللَّيْلِ وَمُدْخَلٌ بِالنَّهَارِ فَكُنْتُ إِذَا أَتَيْتُهُ وَهُوَ

يُصَلِّى يَتَنَحْنَحُ لِى، ابن ماجة (جـ ٢ - كتاب الأدب - باب الاستئذان - رقم ٣٧٠٨ - ص ١٢٢١)، ومفاد هذه الرواية حظر التجسس لما يرتبه من مسئولية أشد إذا وقع عمدًا وهو الغالب عنها إذا وقع خطأ وإلا فلا مسئولية (الحلبى، ١٩٨٠م).

وبناء على ذلك نرى أنه يصلح الركن المعنوى للتطبيق على جرائم الإنترنت، فلا خلاف فيه ولا نعتقد بحدوث تأثير يؤدى إلى اختلاف الوضع بالنسبة للجريمة عبر الإنترنت، حيث ارتباط الركن المعنوى بذات الجانى وإرادته التى لا تتأثر بنوع السلوك ولو كان إلكترونيًا.

المبحث الثالث - العقوبة:

تمهيد وتقسيم:

العقوبة هى الأثر المترتب على تحقق النتيجة الإجرامية التى يعاقب عليها القانون ويقررها المشرع حماية لمصالح الأفراد.

ونتناول العقوبة حسب كل صورة من صور الاعتداء على الحياة الخاصة كل فى مطلب مستقل كما يلى:

المطلب الأول - عقوبة التقاط الصورة:

تقررت العقوبة على الجريمة محل البحث بموجب نص م (٣٠٩/بند٢) من قانون العقوبات المصرى مكررًا بقولها (يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة كل من اعتدى على حرمة الحياة الخاصة بالمواطن بأن التقط أو نقل بجهاز من الأجهزة أيًا كان نوعه صورة شخص فى مكان خاص) وفى الفقرة الرابعة والخامسة من المادة ذاتها ورد النص على أنه (يعاقب بالحبس الموظف العام الذى يرتكب ذلك اعتمادًا على سلطة وظيفته، ويحكم فى جميع الأحوال بمصادرة الأجهزة وغيرها مما يكون قد استخدم فى الجريمة أو تحصل عليه كما يحكم بمحو التسجيلات المتحصلة عن الجريمة أو إعدامها).

بالإضافة إلى أنها من الجرائم التعزيرية التى تمس انتهاك حرمة ملك الغير، حيث إن الجانى اطلع على ما لا يصح اطلاعه عليه ودون رضاء من صاحب الشأن، عامر (د. ت).

كما أن الإثبات فيها لا يتوافر فيه إلا طريق الإقرار من الجانى، مما يدع الفرصة سانحة لعقوبة التعزير التى نقترح أن تكون النفى بمعنى الحبس وفق رأى الإمام أبى حنيفة النعمان، عامر (د. ت).

المطلب الثانى - عقوبة جريمة التنصت وإذاعة أو استعمال المستند أو التسجيل والتهديد بالإفشاء:

تقررت حماية لحرمة الحياة الخاصة كأحد مقتضيات العدالة وتوازن المصالح معًا أن يعاقب بالحبس كل معتد على حرمة الحياة الخاصة للغير ارتكب فى غير الأحوال المصرح بها قانونًا، أو بغير رضاء المجنى عليه وهى أفعال حددها على سبيل الحصر بموجب نص المادة (٣٠٩) مكررًا حيث حدد أفعالاً هى:

كل من استرق السمع أو سجل أو نقل عن طريق جهاز من الأجهزة أيًا كان نوعه محادثات جرت فى مكان أو عن طريق الهاتف.

ولزم أنه إذا صدرت تلك الأفعال أثناء اجتماع على مسمع أو مرأى من الحاضرين فى ذلك الاجتماع، فإن رضاء هؤلاء يكون مفترضًا وقرر النص ذات العقوبة وهى الحبس، إذا كان الجانى موظفًا عامًا قام بها اعتمادًا على سلطة وظيفته، إلا أنه لا يحدد مدة الحبس المقررة.

وإلى جانب ذلك أوجب عقوبة تكميلية ألا وهى مصادرة الأجهزة وغيرها مما يكون قد استخدم فى الجريمة كما يحكم بمحو التسجيلات المتحصلة عنها أو إعدامها.

وحدد المشرع مدة العقوبة إذا كان الجانى فردًا عاديًا أن تكون الحبس الذى لا يزيد على سنة وترك تحديدها إذا كان الجانى موظفًا عامًا للقاضى وسلطته التقديرية فى ذلك الأمر.

وعلى ذلك يظهر أن المشرع قد حبا المكان الخاص بحماية قانونية خاصة، حيث إنه قد حرم الفعل وهو التسجيل أو النقل للصوت أو التقاط الصورة أو نقلها إذا وقع فى مكان خاص حيث إنه إذا تم الفعل فى مكان عام لأى شخص أن يرتاده صح الإجراء وما ينتجه من أدلة، فالظهور أمام الناس دليل على الرضاء بمعرفة الفعل (نقض ١٩٦٥/١١/٩م رقم ٧١٨). وكذلك الحال إذا سجل المحقق للمتهم أثناء التحقيق معه برضائه صح الإجراء إذا توافرت ضماناته.

وبموجب نص المادة (٣٠٩) مكررًا (أ) من قانون العقوبات المصرى وتقرر الحبس لكل من ذاع أو سهل إذاعة تسجيل أو استعمل ولو فى غير علانية تسجيلاً أو مستندًا متحصلاً عليه بإحدى تلك الوسائل السابق توضحيها ودون رضاء صاحب الشأن كما عاقب بالسجن مدة لا تزيد على خمس سنوات كل من هدد بالإفشاء لأمر من الأمور التى تم التحصل عليها بإحدى تلك الطرق لحمل شخص كالمتهم فى التحقيق الابتدائى أن يقوم بعمل أو يمتنع عن آخر مقابل عدم الإفشاء ويعاقب بالسجن إذا كان الجانى الذى ارتكب ذلك السلوك موظفًا عامًا اعتمد على سلطة وظيفته فى ذلك، كما يحكم فى جميع الأحوال بمصادرة الأجهزة وغيرها مما يكون قد استخدم فى الجريمة أو تحصل عنها، كما يحكم بمحو التسجيلات المتحصلة عن الجرم أو إعدامها. هذا والحال تحت السيطرة، فما بالنا وأسرار الأشخاص وحرماتها تنتهك دون رضاهم بل دون علمهم، المقاطع (١٩٩٢م) وقد يزاد عليها بما يرتب الضرر على المجنى عليه.

فلابد من التشديد فى العقاب إذا كان الجانى الذى ارتكب الفعل المجرم موظفًا عامًا أو مكلفًا بخدمة عامة، ويكون قد ارتكب أحد تلك الأفعال اعتمادًا على سلطة الوظيفة أو الخدمة العامة، وذلك مخافة على هيبة السلطة العامة (عقيدة، ١٩٨٨م)، فكل فعل تم بأى من تلك الحيل فهو باطل إلا إذا تم بطريق مشروع توصلاً إلى الحقيقة (الجوزية، ١٩٨٧م)، لما رواه زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ حَدَّثَنِى شَبَابَةُ حَدَّثَنِى وَرْقَاءُ عَنْ أَبِى الزِّنَادِ عَنِ الأَعْرَجِ عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِىِّ صَلَّى

اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بَيْنَمَا امْرَأَتَانِ مَعَهُمَا ابْنَاهُمَا جَاءَ الذِّئْبُ فَذَهَبَ بِابْنِ إِحْدَاهُمَا فَقَالَتْ هَذِهِ لِصَاحِبَتِهَا إِنَّمَا ذَهَبَ بِابْنِكِ أَنْتِ وَقَالَتْ الأُخْرَى إِنَّمَا ذَهَبَ بِابْنِكِ فَتَحَاكَمَتَا إِلَى دَاوُدَ فَقَضَى بِهِ لِلْكُبْرَى فَخَرَجَتَا عَلَى سُلَيْمَانَ بْنِ دَاوُدَ عَلَيْهِمَا السَّلام فَأَخْبَرَتَاهُ فَقَالَ ائْتُونِي بِالسِّكِّينِ أَشُقُّهُ بَيْنَكُمَا فَقَالَتِ الصُّغْرَى لاَ يَرْحَمُكَ اللَّهُ هُوَ ابْنُهَا فَقَضَى بِهِ لِلصُّغْرَى قَالَ قَالَ أَبُو هُرَيْرَةَ وَاللَّهِ إِنْ سَمِعْتُ بِالسِّكِّينِ قَطُّ إِلاَّ يَوْمَئِذٍ مَا كُنَّا نَقُولُ إِلاَّ الْمُدْيَةَ وحَدَّثَنَا سُوَيْدُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنِي حَفْصٌ يَعْنِي ابْنَ مَيْسَرَةَ الصَّنْعَانِيَّ عَنْ مُوسَى بْنِ عُقْبَةَ وحَدَّثَنَا أُمَيَّةُ بْنُ بِسْطَامٍ حَدَّثَنَا يَزِيدُ بْنُ زُرَيْعٍ حَدَّثَنَا رَوْحٌ وَهُوَ ابْنُ الْقَاسِمِ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَجْلاَنَ جَمِيعًا عَنْ أَبِي الزِّنَادِ بِهَذَا الإِسْنَادِ مِثْلَ مَعْنَى حَدِيثِ وَرْقَاءَ، صحيح مسلم (جـ ١٢ - كتاب الأقضية - باب بيان اختلاف المجتهدين - رقم ٣٢٤ - ص ١٨)، وقد دل ذلك على صحة الحيلة المشروعة إذا توصلت إلى حقيقة ثابتة.

فإن استراق السمع أو التقاط الصورة أو التسجيل للمحادثات واستعمال أو إذاعة أى منهما ظن سوء محظور شرعًا بصفة خاصة إذا كان المجنى عليه من أهل الصلاح والدين الذين لا يعرف عنهم ارتكاب المعصية أو المنكرات وبعد عن الشبهات، الجوزية (١٩٨٧م)، (ابن فرحون، ١٣٠١هـ)، ولم يكن من أهل التهمة أى اشتهاره بارتكاب المعاصى وجرأته على انتهاك الحرمات كمن اشتهر بارتكاب السرقات أو القتل أو قطع الطريق أو غير ذلك من التهم، ابن فرحون (١٣٠١هـ)، (الطرابلسى، ١٩٧٣م).

ونرى أن الإنسان حر فى حياته والأصل أنها حياة سرية مستترة لا يجب رفع الحجاب عنها والاعتداء عليها بأن يمسها بسوء الظن وعدم الستر على الآخرين، فمن ستر نفسه فى معصية داخل مسكنه الخاص وأغلق عليها بابه فهو قد طلب الستر وبعد الغير عنه، فيجب على هذا الغير البعد عنه وعدم كشف ستره رغمًا عنه.

فمن حق الإنسان بل من واجبه على نفسه أن يستر نفسه ومن واجبه تجاه غيره أن يستره إذا علم من أمره شيئًا، لما رواه عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ سَعْدٍ عَنِ ابْنِ أَخِي ابْنِ شِهَابٍ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا هُرَيْرَةَ يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ كُلُّ أُمَّتِي مُعَافًى إِلاَّ الْمُجَاهِرِينَ وَإِنَّ مِنْ الْمُجَاهَرَةِ أَنْ يَعْمَلَ الرَّجُلُ بِاللَّيْلِ عَمَلاً ثُمَّ يُصْبِحَ وَقَدْ سَتَرَهُ اللَّهُ عَلَيْهِ فَيَقُولَ يَا فُلانُ عَمِلْتُ الْبَارِحَةَ كَذَا وَكَذَا وَقَدْ بَاتَ يَسْتُرُهُ رَبُّهُ وَيُصْبِحُ يَكْشِفُ سِتْرَ اللَّهِ عَنْهُ، البخاري (جـ ٤ - ص ١٦٥ - رقم ٥٦٠٨ - كتاب الأدب - باب ستر المؤمن على نفسه)، وتعني هذه الرواية وجوب عدم المجاهرة بالمعصية ومن واجب الفاعل ستره نفسه ومن حقه على غيره أن يستره إذا علم بسره.

لذا يتطلب توافر الرضاء بالاطلاع على سرية الحياة الخاصة للغير رضاء شخصيًا من صاحب الشأن في ذلك فإذا تم التقاط الصورة أو أخذ التسجيل لأحاديث المجني عليه برضائه عن تلك الأفعال، فإن الجريمة لا تقع حيث إن التشريع قد اشترط لإتمام الجريمة أن يقع الفعل دون رضاء المجني عليه بقوله في معرض النص بالمادة (٣٠٩) مكررًا (أ) أو كان ذلك بغير رضاء صاحب الشأن.

فعدم رضاء المجني عليه أمر مفترض في الجريمة، وعلى ذلك فرضاء المجني عليه بأن تلتقط له صورة مثلاً، فقد رضي بأن يحتفظ لنفسه بشكل معين أو موقف معين يلتقط له فيه صورة؛ إلا أنه لا يعد رضاء منه بنشرها على غيره أو أن يستعملها غيره فالرضاء السابق على الفعل يبيح الفعل ذاته والغالب أنه يتطلب أن يستمر رضاء المجني عليه حتى تمام الفعل (رؤوف، ١٩٨٥م)، (سلامة، ١٩٨٤م)، إلا أنه إذا صدر الرضاء قبل بدأ الفعل ثم رجع المجني عليه في رضائه قبل البدء في الفعل فلا أثر ولا جرم، حسني (١٩٨٩م)، فإذا ارتكب الجاني الفعل رغم ذلك لرجوع المجني عليه في رضائه فهنا تقع الجريمة تامة.

وقد يكون رضاء المجنى عليه معاصرًا للفعل حتى تمامه فلا جرم، فإذا رجع المجنى عليه فى رضائه قبل التنفيذ فالعبرة بعلم الجانى بالرجوع، ولكن إذا رضى وعند التنفيذ رجع فى ذلك الرضاء، ورغم ذلك استمر الجانى فى فعله؛ فهنا يقع الفعل فى البداية مشروعًا والنتيجة التى أرادها الجانى وحصل عليها غير مشروعة لحدوثها دون رضاء المجنى عليه بعد أن علم الجانى بذلك.

ونخلص مما تقدم إلى أن للحياة الخاصة حرمًا يمنع الغير من دخوله، ومنها حرمة الصورة والصوت وكذلك إذاعة أو استعمال مستند يحتوى على أى معلومات خاصة لما سبق الاستشهاد به من آيات كريمة وأحاديث شريفة، ويكفى الجانى أن يصب فى أذنه الآنك وهو العقاب الربانى. ويعد رضاء المجنى عليه سببًا للإعفاء من العقاب.

الخاتمة:

فى النهاية نود أن نخلص إلى عدة نتائج متحققة من وراء هذا البحث ألا وهى:

١- أن الحياة الخاصة ما زالت حرمتها بحاجة إلى صيانتها وحمايتها من الوسائل الحديثة حماية موضوعية مشددة.

٢- أن الشرع الحنيف سبق القانون الوضعى فى توفير الحماية للحياة الخاصة للفرد كما فى كثير من جوانب الحياة الأخرى.

٣- أن لكل تطور جوانب مفيدة وأخرى ضارة لمن أراد الضرر.

٤- أن الحياة الخاصة مازالت بحاجة إلى المزيد من النصوص التشريعية الجنائية للحماية من صور الاعتداء المبتكرة.

٥- أن النصوص التشريعية الحالية تحتاج إلى إضافات تتسم بالدقة وتكون على مستوى دقة الجريمة عبر الإنترنت.

التوصيات:

١- نوصى بالتشديد أكثر فى نصوص حماية حقوق الإنسان بصفة عامة.

٢- توفير نطاق واسع للرقابة على شبكة الإنترنت ولو فى حدود الدول العربية.

٣- دعوة المشرع العربى إلى وضع الخطط والإجراءات الأمنية الكفيلة بحماية الحياة الخاصة من جرائم الإنترنت.

٤- توفير جهاز أمنى متدرب على وسائل التقنية الحديثة على الشبكة العنكبوتية وصور استعمالها فى الاعتداءات والاختراقات، تشكل منه وحدات دائمة لتوفير الأمن عن بعد ضد جرائم الإنترنت.

٥- ندعو التشريعات العربية إلى وضع خطة تشريعية لحماية الحياة الخاصة بكل جوانبها بنصوص تشريعية صارمة تطبق على استعمال الحاسب الآلى والإنترنت والمشاركة فيه وكيفية مراقبته وإحكام وسائل التجسس ومراقبتها بوضع ضوابط استعمال التقنية الحديثة، وذلك من خلال دراسة متعمقة لنصوص الشريعة الإسلامية، على الأقل حتى لا يكون الفعل الواحد مجرمًا فى دولة وغير مجرم فى دولة أخرى فى السياسة الشرعية.

٦- تحديث القوانين الجنائية المتوافرة حاليًا، كما لو تطلب أحد النصوص لعدم تجريم الاعتداء الموافقة الخطية من صاحب الحق فى أى من أشكال السلوك السابق بحثها.

٧- الانضمام إلى المعاهدات والاتفاقيات الدولية المتوافرة حاليًا فى مجال تجريم الاعتداءات عبر الإنترنت.

٨- توفير الأمن المعلوماتى للإنسان عبر الإنترنت بالنصوص التجريمية التى تضمن الأمن والثقة والراحة والطمأنينة التى من الواجب دستوريًا فى جميع التشريعات أن يتمتع بها الإنسان.

٩- عدم ترك الاستفادة من وجود الإنترنت فى يد أى شخص دون ترخيص قانونى من الجهات المختصة.

١٠-النص فى الترخيص الممنوح للفرد صاحب النقطة على تعهده الشخصى على عدم استعمالها فى غير الأمور المشروعة وإلا هناك غرامات تترتب تلقائيًا عليه، مع تقرير عقوبة الحبس أو العقوبة المقررة للفعل الإجرامى عليه إذا ثبتت عليه التهمة.

١١-أن تتضمن الخطة الدراسية لأى مركز تدريب على الإنترنت إرشادات أمنية تدل المتدرب على الكيفية المشروعة لاستعماله للإنترنت والتحذير من ترتيب العقاب عن المخالفة.

المراجع

أ- مراجع لغوية:

١- **لسان العرب** - لابن منظور - بيروت.

ب- كتب التفسير:

٢- **الجامع لأحكام القرآن** - لأبى عبد الله محمد بن أحمد الأنصارى القرطبى - المتوفى سنة ٧٦١ هـ - طبعة الشعب -القاهرة.

ج- مراجع الحديث:

٣- **صحيح مسلم بشرح النووى** - للإمام أبو الحسن مسلم بن حجاج بن مسلم القشيرى - المتوفى سنة ٢٦١ هـ - طبعة الشعب.

٤- **مسند الإمام أحمد** - للإمام أحمد بن حنبل الشيبانى - المتوفى سنة ٢٤١ هـ - وبهامشه منتخب كنز العمال فى سنة الأقوال والأفعال - دار المعارف - القاهرة.

٥- **سنن الدارمى** - الإمام أبو محمد عبد الله عبد الرحمن بن الفضل الدارمى - المتوفى سنة ٢٥٥ هـ.

٦- **سنن أبى داود** - الإمام سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير الأزدى السجستانى - المتوفى سنة ٢٧٥ هـ - طبعة أولى - ١٣٤٩هـ - المكتبة التجارية المصرية - ١٩٨٨هـ.

٧- **صحيح البخارى** - للإمام أبى عبد الله محمد بن إسماعيل بن إبراهيم البخارى - المتوفى سنة ٢٥٦ هـ - دار القلم - بيروت ١٩٨٧م.

٨- **سنن ابن ماجة** - الحافظ أبى عبد الله محمد بن يزيد القزوينى - المتوفى سنة ٢٧٣ هـ - ط ١٩٥٣م - تحقيق محمد فؤاد عبد الباقى - مطبعة عيسى الحلبى.

د- مراجع فقهية:

- الفقه الحنفى:

٩- **معين الحكام فيما يتردد بين الخصمين من الأحكام** - لعلاء الدين أبى الحسن على بن خليل الطرابلسى - المتوفى سنة ٨٤٤ هـ - ط٢ - ١٣٩٣ هـ - ١٩٧٣م - مكتبة مصطفى البابى.

١٠- **الهداية شرح بداية المبتدى** - برهان الدين على بن أبى بكر المرغنيانى - المتوفى سنة ٥١٣ هـ - فتح المبدى بشرح مختصر الزبيدى لأبى عبد الله بن إبراهيم الشرقاوى - حققه وفصله وعلق حواشيه - محمد محيى الدين عبد الحميد - القاهرة.

- الفقه المالكى:

١١- **الطرق الحكمية فى السياسة الشرعية** - ابن قيم الجوزية - تحقيق محمد حامد الفقى - دار الكتب العلمية - بيروت.

١٢- **تبصرة الحكام فى أصول الأقضية ومناهج الأحكام** - ابن فرحون برهان الدين أبى الوفاء إبراهيم ابن الإمام شمس الدين عبد الله محمد بن فرحون اليعلمى المالكى - دار الكتب العلمية - بيروت لبنان - ط١ - ١٣٠١هـ.

- الفقه الشافعى:

١٣- **إحياء علوم الدين** - للإمام أبى حامد محمد بن محمد الغزالى - المتوفى سنة ٥٠٥ هـ - دار البيان العربى.

- الفقه الحنبلى:

١٤- **إعلام الموقعين عن رب العالمين** - ابن قيم الجوزية - تحقيق محمد محيى الدين عبد الحميد - ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧م - المكتبة العصرية - بيروت.

هـ - مراجع شرعية حديثة:

١٥- عامر، عبد العزيز، **التعزير فى الشريعة الإسلامية** - القاهرة - دار الفكر العربى.

١٦- السند، عبد الرحمن بن عبد الله، ط١، ٢٠٠٤م، **الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية**.

١٧- عقيدة، محمد أبو العلا، ط١ - ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨م، **تطبيق التشريع الإسلامى فى مصر** - القاهرة - دار الفكر العربى، دار الفتح للطباعة.

١٨- عودة، عبد القادر - **التشريع الجنائى الإسلامى - مقارنًا بالقانون الوضعى** - دار الكاتب العربى - بيروت.

و- مراجع قانونية:

١٩- أبو عامر، محمد زكى ١٩٨٩م - **قانون العقوبات - القسم الخاص** - القاهرة.

٢٠- العانى، ممدوح خليل بحر العانى، ١٩٨٣م - **حماية الحياة الخاصة فى القانون الجنائى - دراسة مقارنة** - القاهرة - دار النهضة العربية.

٢١- المقاطع، محمد عبد المحسن، ١٩٩٢م، **حماية الحياة الخاصة للأفراد وضماناتها فى مواجهة الحاسوب الآلى** - جامعة الكويت.

٢٢- الأهوانى، حسام الدين كامل، ١٩٧٨م - **الحق فى احترام الحياة الخاصة** - دراسة مقارنة - القاهرة، دار النهضة العربية.

٢٣- بهنام، رمسيس، ٢٠٠٢م - **قانون العقوبات - جرائم القسم الخاص** - منشأة المعارف - الإسكندرية.

٢٤- حسنى، محمود نجيب ١٩٨٦م - **شرح قانون العقوبات - القسم الخاص** - القاهرة - دار النهضة العربية.

٢٥- حسنى، محمود نجيب، ١٩٨٩م - **شرح قانون العقوبات - القسم العام** - ط٦ - القاهرة - دار النهضة العربية.

٢٦- رستم، هشام فريد ١٩٩٢م - **قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات** - مكتبة الآلات الحديثة - الطبعة الأولى - جامعة أسيوط.

٢٧- رمضان، مدحت، ٢٠٠٠م، **جرائم الاعتداء على الأشخاص والإنترنت**، القاهرة، دار النهضة العربية.

٢٨- سلامة، مأمون محمد، ١٩٨٤م - **جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال** - القاهرة - دار الفكر العربى.

٢٩- سرور، أحمد فتحى، ١٩٩٩م **الحماية الدستورية - للحقوق والحريات** - دار الشروق - القاهرة.

٣٠- سرور، أحمد فتحى، ط٤، ١٩٩١م - **الوسيط فى قانون العقوبات - القسم الخاص** - القاهرة- دار الطباعة الحديثة.

٣١- عبد الستار، فوزية، ١٩٩٥م - **شرح قانون العقوبات القسم الخاص - جرائم الاعتداء على الأشخاص**، القاهرة.

٣٢- عبيد، حسنين إبراهيم صالح، ١٩٩٥م - **الوجيز فى قانون العقوبات - القسم الخاص - جرائم الاعتداء على الأشخاص**، القاهرة دار النهضة العربية - المؤسسة الفنية للطباعة.

٣٣- عبيد، رؤوف، ١٩٨٥م - **جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال** - ط٨ - مزيدة ومنقحة - دار الجيل للطباعة - دار الفكر العربى للطباعة والنشر.

٣٤- قايد، أسامة عبد الله، ١٩٨٨م - **الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات** - القاهرة - دار النهضة العربية.

٣٥- قايد، أسامة عبد الله، ١٩٨٨م - **شرح قانون العقوبات - القسم العام** - دار النهضة العربية.

ز- أبحاث:

٣٦- المصرى، على محمد، ١٩٩٧م، الجرائم التى ترتكب باستخدام الحاسوب - **بحث بالمعهد القضائى الأردنى**.

٣٧- عوض، محمد محى الدين، ١٩٩٣م، مشكلات السياسة الجنائية المعاصرة فى جرائم نظم المعلومات (الحاسب الآلى) - **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر السادس للجمعية المصرية للقانون الجنائى** - القاهرة - ٢٥ - ٢٨ تشرين أول.

٣٨- رستم، هشام محمد فريد، يونيو ١٩٨٦م - الحماية الجنائية لحق الإنسان فى صورته - **مجلة الدراسات القانونية**.

٣٩- لطفى، محمد حسام محمود، ١٩٨٧م - بنوك المعلومات وحقوق المؤلف - **مجلة البحوث القانونية** - العدد الأول - السنة الثانية.

ح- النشرات والوثائق الرسمية:

٤٠- قانون العقوبات رقم ٥٨ لسنة ١٩٣٧مطبقًا لأحدث التعديلات.

٤١- مجموعة أحكام محكمة النقض.

ط- رسائل دكتوراه:

٤٢- إبراهيم، حسين، ١٩٨١م - **الوسائل العلمية الحديثة فى الإثبات الجنائى** - القاهرة - رسالة دكتوراه.

٤٣- الحلبى، محمد سالم عياد، ١٩٨٠م - **ضمانات الحرية الشخصية أثناء التحرى والاستدلال** - رسالة دكتوراه - القاهرة.

٤٤- السمنى، حسن على حسن، ١٩٨٣م - **مشروعية الأدلة المستمدة من الوسائل العلمية** - رسالة دكتوراه - القاهرة.

٤٥- يوسف، يوسف الشيخ، ١٩٩٣م - **حماية الحق فى حرية الأحاديث الخاصة** - رسالة دكتوراه - جامعة القاهرة.

عرض نقدي لكتاب: إدارة المشاريع الافتراضية

الدكتور محمد حسن شعبان
أستاذ إدارة المشاريع - معهد الإدارة العامة بالرياض

● دورية الإدارة العامة
● المجلد السادس والأربعون
● العدد الأول
● محرم ١٤٢٧هـ
● فبراير ٢٠٠٦م

عرض نقدى لكتاب: إدارة المشاريع الافتراضية*

أ. د. محمد حسن شعبان**

مقدمة:

تُعدُّ إدارة المشاريع من العلوم حديثة العهد نسبيًا، إذا ما قورنت بغيرها من فروع العلم، وحتى بالمقارنة مع علوم الإدارة العامة. مع ذلك فإن كل الكتب الخاصة بإدارة المشاريع، بما فى ذلك الكتاب الذى نعرض له، تشير إلى حتمية وجود جذور فعلية لهذا العلم فى الحضارات القديمة، كالحضارة المصرية والبابلية والصينية والهندية. فمن غير الممكن تصور بناء هذه الأوابد الضخمة التى خلفتّها لنا هذه الحضارات كالأهرامات، وحدائق بابل المعلقة، وجدار الصين العظيم وغيرها الكثير، دون أن تكون هناك إدارة فعَّالة لإنشاء هذه المشاريع النوعية والضخمة، حتى بمقاييسنا الحالية أو المعاصرة. ولكن، ودون الدخول فى التفاصيل، فإن البداية الحقيقة لعلم إدارة المشاريع يعتبر منذ ظهور تقنية مخطط المستقيمات Bare Chart فى العام ١٩١٠م من قبل العالم الأمريكى هنرى غانت، والتى تسمى عادة باسمه Gantt Chart، وهذه المخططات تعكس مدة نشاطات المشروع المختلفة وترتيبها فيه أثناء التنفيذ. وفى منتصف القرن الميلادى الماضى شهد هذا الفرع من العلوم الهندسية والإدارية تطورًا نوعيًا كبيرًا من خلال ظهور نظرية الشبكات Networks، والتى نتج عنها ظهور طرق وأساليب مختلفة لحساب مدة المشاريع وجدولتها زمنيًا باستخدام طريقة المسار الحرج المعروفة CPM والطريقة الأخرى المشتقة منها – طريقة برت PERT، التى تستخدم فى المشاريع ذات الطبيعة الاحتمالية، أو التى تحتوى قدرًا كبيرًا من عدم التأكد. هذا على المستوى الأكاديمى.

* الكتاب من تأليف ماركوس غونكالفيز Marcus Goncalves عام ٢٠٠٥م.

** أستاذ إدارة المشاريع، معهد الإدارة العامة بالرياض.

أما على المستوى العملى فلم تنتشر هذه الطرق كما يجب أثناء التخطيط للمشاريع ومتابعة تنفيذها، وبقيت طريقة المستقيمات هى كل ما يطمح إليه المهندس وصاحب المشروع والمنفذ (المقاول)، كأداة تستخدم للسيطرة على المشروع. إلا أن هذا لا يلبى حاجات ومتطلبات أطراف المشروع والمشروعات نفسها خاصة الضخمة منها والمعقد. وبقى التطبيق العملى مرتبطًا بالمشاريع الكبيرة والمهمة كمشاريع التسلح والفضاء (خاصة فى أمريكا)، ودام الحال كذلك إلى أن بدأت تظهر برمجيات وتطبيقات بعد ظهور الكمبيوتر وانتشاره الكبيرين فى مختلف مجالات الحياة، ومنها الصناعة الإنشائية. مع ذلك بقيت هذه التطبيقات محدودة الانتشار لأسباب عديدة نذكر منها: صعوبة التعامل مع الحاسب، محدودية انتشار الحاسب، كلفة التطبيقات الباهظة بحيث لا تتحملها إلا المشاريع والشركات الكبيرة، احتكار هذه التطبيقات من قبل شركات محددة نظرًا لقلتها. إلا أن هذا الحال تغير وبسرعة كبيرة بعد ظهور الحاسب الشخصى فى منتصف السبعينيات من القرن الميلادى الماضى، ونجاح المراهنة على انتشاره ورخص ثمنه، مما دفع بالعديد من الشركات البرمجية لأن توجد كمًا كبيرًا من التطبيقات البرمجية تتيح للمهندسين إدارة ميسرة لمشاريعهم والتحكم بها من حيث الزمن والميزانية المقررتين. وهنا بدأ الانتقال من الأسلوب التقليدى لإدارة المشاريع إلى الأسلوب الحديث، الذى يعتمد على الكمبيوتر وتطبيقاته البرمجية، إذ توفر للمهندسين أدوات مهمة ذات إمكانيات ومرونة كبيرة للتعامل مع المشاريع بمختلف أنواعها لم تكن متوافرة فى يوم من الأيام. غير أن التطور النوعى الكبير الذى حصل فى هذا المجال المتمثل فى ظهور تقنية الإنترنت وتطور أنظمة الاتصالات بشكل كبير أتاح أمام المهندسين إمكانية التعامل مع مشاريع خارج الحدود، دونما عوائق جغرافية، ودونما الحاجة للتواجد الفيزيائى لهم فى مواقع المشاريع هذه.

أهمية الكتاب:

يتسم العالم اليوم بالتغير الديناميكى والتطور الكبيرين على مختلف

الأصعدة. فعالم اليوم تزداد فيه المشاريع تعقيدًا وتكثر متطلباتها، إضافة لذلك فإن حجم المشاريع يزداد يومًا بعد يوم، وكثير من المالكين ينزع إلى التفرد والتميز بمشروع ضخم ومعقد، كل ذلك من خلال قيود مفروضة على الزمن والتكلفة، وفى الوقت نفسه مطلوب نوعية تنفيذ عالية. كل ذلك خلق صعوبات جمّة أمام أسلوب إدارة المشاريع التقليدى، أضف إلى ذلك تباعد المشاريع زمنيًا ومكانيًا، واختلاف الثقافات والعادات بالنسبة لأطراف المشروع، فأطراف المشاريع الحديثة الآن ينتشرون حول العالم، هذا الوضع الجديد خلق الكثير من التحديات أمام مديرى المشاريع، إذ حتّم عليهم الانتقال من الأساليب التقليدية إلى الحديثة معتمدين على البرمجيات الحديثة وتقنية الكمبيوتر والاتصالات.

من هنا تنبع أهمية هذا الكتاب الذى نعرض له. فهذا الكتاب يقدم رؤية متقدمة لعالم إدارة المشاريع فى العصر الحالى، عصر عولمة الأسواق والأعمال والخدمات، ومن ضمنها بالتأكيد المشاريع بمختلف أنواعها. وهو من أوائل الكتب التى تتعرض إلى هذا الموضوع بشكل منفصل وضمن منهجية واضحة وشاملة. الكتاب إجمالاً مخصص لإدارة مشاريع عالم الغد أكثر من كونه لمشاريع اليوم، على الرغم من أن هذا المنهج أو الأسلوب موجود الآن، ولكن ما زال فى البدايات، مع ذلك، لا يمكننا أن ننفى أن ذلك مطبق منذ سنوات عدة فى دول العالم المتقدم.

خلفية الكتاب:

منذ بداية التسعينيات من القرن الماضى ظهرت العديد من الكتب التى تبحث فى إدارة المشاريع باستخدام الحاسب، وذلك لمواكبة التطور الكبير فى التطبيقات البرمجية المتخصصة فى هذا المجال. إلا أن النجاحات الكبيرة لشبكة الإنترنت الدولية وما رافقها من تطور كبير فى ميدان الاتصالات بأشكالها المختلفة أدت لظهور الكثير من المفاهيم الحديثة المرتبطة بما يُسمى بثورة المعلومات الثانية. فخلال السنوات العشر الأخيرة أصبح من الشائع جدًا تداول واستخدام المفاهيم أو المصطلحات التالية: البريد الإلكترونى e-mail

الحكومة الإلكترونية e-government، التجارة الإلكترونية e- commercial، الكتاب الإلكترونى e-book، المشروع الإلكترونى e-project، إدارة المشاريع إلكترونيًا أو الإدارة الإلكترونية للمشاريع e-Project Management ... إلخ. وهذه المفاهيم ترتبط بمصطلح أو تعبير الإلكترونى Electronic، إذ إن مجرد إضافة كلمة إلكترونى إلى كلمة أخرى، يدل هذا دلالة مؤكدة على إمكانية إنجاز شىء أو تقديم شىء ما (خدمة مثلاً) إلكترونيًا (باستخدام الحاسب)، أى بطريقة تختلف عن المعنى التقليدى له، التى تتطلب تواجدًا أو تجسيدًا فيزيائيًا بهذه الطريقة أو تلك. وإذا ما تم التعامل مع الكمبيوتر وعبر الشبكة الدولية أو المحلية نشأ واقع جديد يحاكى الواقع الفعلى، بمعنى أدق نشأ عالم افتراضى Virtual World جديد، إذ أضحى من الممكن إنجاز الكثير من الأعمال الآن دونما ضرورة للتواجد الفيزيائى، فالعمل أصبح ممكنًا عن بعد، والتعليم عن بعد، والإدارة عن بعد ... إلخ. وعليه فإن الكتاب هو مواكبة لعالم الإنترنت فى مرحلتها الثانية، ومواكبة لتطور عالم الأعمال اليوم وما يتصف به من انتشار وتشابك عالمى كبيرين، فهذا العالم المتغير، الذى يعج بالمشاريع العملاقة على امتداد الكرة الأرضية كاملة لا يسمح لنا باستخدام الأساليب التقليدية لإدارة المشاريع، ولا تلبى متطلباته المتزايدة يومًا بعد يوم. ويأتى الكتاب ليضع بين أيدى القارئ أدوات حديثة ومبتكرة للتعامل مع هذا الواقع الجديد والمتغير الذى لا يسمح لنا بالتقاط الأنفاس. مع العلم بأن هناك بعض الكتب التى تناولت هذا الموضوع مواربة وتحدثت عن النجاحات التى يمكن الحصول عليها فى إدارة المشاريع باستخدام الفرق الافتراضية مثال كتاب: Achieving Project Management Success Using Virtual Teams لمؤلفيه Parviz F. Rad and Ginger Levin والصادر عن دار J.ROSS للنشر عام ٢٠٠٣م.

العرض التقريرى للكتاب:

اسم الكتاب "إدارة المشاريع الافتراضية" Managing Virtual Projects لمؤلفه Marcus Goncalves، ومن إصدار دار نشر McGraw-Hill 2005، ويقع الكتاب فى ٤٤٢ صفحة.

يتألف الكتاب من تقديم ومقدمة تمهيدية وثلاثة أبواب موزعة على عشرة فصول معظمها مزود بحالات دراسية، وأورد المؤلف فى نهاية الكتاب قائمة مُفصّلة بالمصطلحات أو المفاهيم المستخدمة فيه، إضافة إلى قائمة بالمراجع ذات العلاقة. والكتاب بالمجمل جيد التنظيم من حيث ترتيب فصوله حسب المواضيع المبحوثة فيه مما يساعد القارئ على فهم موضوع الكتاب واستيعابه بشكل سلس.

أبواب الكتاب:

فى **الباب الأول** أعطى المؤلف لمحة عامة عن عالم الأعمال اليوم، وعرض لمفاهيم إدارة المشروعات فى الوقت الحاضر إضافة إلى بعض معارفها ومفاهيمها الأساسية.

واحتوى **الباب الثانى** على الشرح العملى لمفهوم الإدارة الإلكترونية للمشاريع electronic Project Management -ePM، إذ بيّن الفرق بين مفهومى المشاريع الافتراضية والتقليدية، والتحديات أمام هذه الإدارة فى هذا العصر، كحاجتها مثلاً إلى موارد إضافية مؤهلة.

فى **الباب الثالث** تم التركيز على إدارة وتنفيذ المشاريع الافتراضية إضافة إلى شرح مفصل ومسهب للمفاهيم الواردة فى الكتاب.

العرض التفصيلى لفصول الكتاب:

فى **المقدمة التمهيدية** يقدم المؤلف صورة عامة عن الكتاب وموضوعاته الأساسية. وفيها يؤكد المؤلف أن مديرى المشاريع قد وجدوا أنفسهم مضطرين للعمل عبر ثقافات مختلفة، وتحت ضغط قيود الزمن والميزانيات، وهنا غالبًا ما يجد هؤلاء المديرون أنهم غير مؤهلين حقًا، وغير مجهّزين لمعالجة هذه التحديات المعاصرة والمتمثلة أكثر بالعمل مع مجموعة عمل آخرين، ومع عملاء من مختلف الثقافات والأماكن والأزمنة (ص xvii). وتخلص المقدمة إلى أن الاقتصاد المعولم يحتاج اليوم إلى مديرى مشاريع جدد "من طينة أخرى" قادرين على إدارة

المشـاريع عن بعد، مع إدراك كامل لاختلاف البيئة لهذه المشاريع الافتراضية من لغة، وثقافة ودين وسياسة، إضافة إلى التباين فى التقنية والاتصالات والتعاون (ص xviii).

ويشـرح المؤلف بأن الغاية أو الهدف من هذا الكتاب هو مساعدة مديرى المشاريع لفهم تحديات ePM وتزويدهم بمعلومات أساسية لمساعدتهم ليكونوا أحسن وأفضل مديرى مشاريع افتراضية Virtual Project Managers من خلال إدراكهم واعترافهم بالاختلافات الثقافية، ومعرفة كيفية إدارة مشاريع خارج الحدود، وفهم التعاون الممكن مع فريقهم الافتراضى من خلال تقنية الإنترنت والاتصالات لمساعدتهم فى تطبيق ePM (ص xviii).

وينهى المؤلف مقدمته بالسؤال: من سيستفيد من هذا الكتاب؟ ويجيب بأن الكتاب موجّه لمديرى المشاريع والعاملين فيها، ولمن يريد أن يفهم أسلوب الإدارة الإلكترونية للمشاريع، وكيف يمكن له الاستفادة من تقنية الاتصالات والتعاون (عبر الشبكة) Collaboration التى توفرها التقنية الحديثة. ويفترض المؤلف أن القارئ على علم وله صلة بعلوم إدارة المشاريع وتطبيقاتها العامة (ص xx).

فى الفصل الأول الذى حمل عنوان **"وضع أو حالة الأعمال لإدارة المشاريع الإلكترونية"❖** A Business Case for ePM يعرض لمحة عامة وشاملة عن المشهد الاقتصادى والاجتماعى – الثقافى للعالم فى السنوات العشر الأخيرة، وفى السنوات الخمس الأخيرة خاصة فى الولايات المتحدة الأمريكية، كما يصف ويحدد مواصفات أسلوب إدارة المشروع الافتراضى كتطور ضرورى من الطرق التقليدية المعروفة. هنا يبين المؤلف دور العولمة الإيجابى فى تحقيق النمو السريع فى العديد من بلدان العالم كالصين والهند، وبالمقابل هناك آثار سلبية لها والمتمثلة بعدم التكافؤ بين مختلف دول العالم (ص٣). ولكن هذا الوضع الجديد للاقتصاد العالمى أدى إلى ضرورة البحث عن أساليب جديدة لإدارة المشروعات فى الأسواق المفتوحة أو المعولمة. وتطرق المؤلف إلى عملية تقليل

❖ فى سياق النص التالى سوف نستعيض عن التعبير "الإدارة الإلكترونية للمشاريع أو إدارة المشاريع إلكترونيًا بالتعبير الإنجليزى المختصر ePM وذلك بهدف الإيجاز.

حجم الشركات Downsizing وإعادة الهيكلة وتأثير ذلك على إدارة المشروع (ص ٧-١٠)، وكيف أن ePM تستطيع أن تخفف من آثار عملية إعادة الهيكلة هذه (ص ١١-١٤) من خلال تطوير إجراءات ePM من أجل إعادة تعيين الموارد فى المنظمة مع تأثير أصغر أو بحده الأدنى على البنية التنظيمية للمشروع الحالى.

ويوضح المؤلف أثر الاتصالات فى إدارة المشاريع الإلكترونية التى تتصف بالفعالية والمحافظة على الخصوصية، وبانخفاض التكاليف؛ إذ تعتبر الاتصالات خطوة فى اتجاه الافتراضى (ص ٢٠-٢٦). واختتم المؤلف الفصل الأول بعدد من الأسئلة مع إجابتها: مثال ما هذا الكتاب؟ لماذا هذا الكتاب مهم بالنسبة لـ ePM؟ وكيف يختلف هذا الكتاب عن غيره؟ والغرض من ذلك هو رسم صورة أوضح فى ذهن القارئ عن الكتاب وأهمية موضوعه (ص ٢-٣٥). كما يطرح تصوره عن المستقبل وإمكانية تحسين إدارة الوقت واستغلاله باستخدام أسلوب ePM (ص ٣٥-٣٦). "إن جوهر ePM هو كيف يمكن لك ولفريق عملك أن تصرف الوقت وأن يكون ذلك فعالاً ومربحًا وأن يكون تركيزك على النتائج، ولأن معظم وقتك هو ذو قيمة عالية". وتعتمد ePM على زيادة التعامل مع الناس فى الفريق من خارج المصدر Outsourcing، إذ يلاحظ أن ذلك يزداد فى العالم الافتراضى (ص ٣٥- ٣٩). فشركات البرمجة العالمية المختلفة تلجأ إلى هذا الأسلوب الذى أثبت نجاعته فى زيادة الإنتاجية كمًا ونوعًا وبالتالى زيادة الربح. مثال اعتماد كبريات الشركات البرمجية الأمريكية على مبرمجين هنود من خارج هيكل أو ملاك الشركة الأم.

ويبدأ المؤلف الفصل الثانى: **مقدمة إلى الإدارة الإلكترونية للمشاريع** Intro-duction to ePM بالحديث عن أن عالم اليوم بإيقاعه السريع، يتوجب فيه على الناس القيام بأعمالهم دونما الحاجة إلى التواجد الفيزيائى، ونفس الشىء ينطبق على إدارة المشاريع، إذ يمكن للقائمين على المشروع الطلب إلى نظرائهم فى المشروع باتخاذ إجراء معين، وهؤلاء بدورهم يستطيعون التنفيذ حالاً بغض النظر عن مكان تواجد المشروع (ص ٤٥). إن استخدام ePM ليس كمنهج وأسلوب لإدارة المشروع، وإنما كاستراتيجية من أجل الحصول على العطاء

(المناقصة) من خلال زيادة النوعية وتقليل كل من الزمن والتكلفة، وبالتالى زيادة الأرباح، وهنا تتغير المقولة التى تقول" بأن الكبير يأكل الصغير" لتصبح "الصغير السريع يأكل البطىء"، وإن كان كبيرًا (ص ٤٦-٤٧). ويورد المؤلف جدولاً للمقارنة بين الأسلوبين لأداء العديد من المهام (ص ٤٨). وهنا يستعرض المؤلف التطور الطبيعى لأسلوب إدارة المشروع التى تبدأ من تحديد النشاط، وتعيين الموارد، والزمن والتكاليف والنفقات، وتوفير الاتصالات بين أعضاء الفريق أنفسهم وبينهم وبين مدير المشروع أو الإدارة، وأخيرًا يحتاج مدير المشروع إلى متابعة تنفيذ المهام (ص٥٠-٥١) من أجل تحقيق ذلك يجب أن تتوافر عدة إمكانيات من أنظمة المعلومات وهى الاتصالات Communications والتشاركية عبر الشبكة Collaboration ومتابعة الموارد وموازنتها Tracking and leveling resources وبعض هذه الوظائف يمكن إنجازها بالأساليب التقليدية، وبعضها الآخر ينجز من خلال ePM، ولكن ePM توفر هذه الإمكانيات بفعالية كبيرة كالتعاون او التشاركية عبر الشبكة، إذ إن ePM تتيح لأعضاء فريق المشروع الافتراضى رؤية التغيرات حالاً وتحديثها ومتابعتها من أى مكان فى العالم، حتى ولو كان هذا العضو مسافرًا على متن الطائرة! (ص ٥٢). ويستعرض المؤلف خاصية التعاون أو التشارك لبعض التطبيقات البرمجية فى مجال إدارة المشاريع عبر الإنترنت مثل Kick start, PS6 Ms-Project, Primavera (ص ٥٤-٥٥) باستعمال خاصية الـ Wizards أو معالج التطبيقات، ومن ثم يورد المؤلف لمحة عامة عن المتطلبات الدنيا للبرمجيات التى يمكن استخدامها فى الـ ePM والتى من أهمها إمكانية إنشاء المشروع ومتابعته على الشبكة من خلال ما يُسمى بـ: Projectplace.com والذى يوفر إدارة كاملة للمشروع وإدارة التعاون عبر الشبكة (ص ٥٦-٥٧). ويعرّف المؤلف الـ: ePM "بأنه عبارة عن النظام الذى يستطيع من خلاله فريق افتراضى التعاون لمدة محددة لتحقيق هدف محدد أو معين"، ويورد أهم ميزات ePM كجذبها لأفضل العاملين بغض النظر عن مكان تواجدهم، لا حاجة لنقل الأشخاص أو فريق العمل كاملاً إلى أرض المشروع، المرونة، التقليل من زمن التنقل والنفقات، بيئة عمل دولية ملائمة أكبر، إمكانية العمل ٢٤ ساعة بدلاً من ٨ ساعات ... (ص ٥٨-٥٩). كما أن ePM ليست لأجل شخص أو لكل

شيء، إذ يورد المؤلف سبعة أنواع من فرق العمل الافتراضية لتقرر أين يمكن لـ ePM أن تعمل وأين لا (فرق التشبيك أو المُشبّكة Networked teams فريق العمل على التوازى Parallel teams، فريق الخدمات Service teams، فريق الإدارة management teams، فريق الفعل Action teams، فريق الإنتاج Production teams، فريق المشروع Project teams (ص ٦٠-٦٦). ويختتم المؤلف الفصل الثانى بحديثه عن منهجية لتطوير الـ ePM، وإنه لضمان نجاح الـ ePM يجب عليك أن تعلّم الناس كيف يديرون أنفسهم (ص ٦٦- ٧١). وفى نهاية الفصل يورد المؤلف حالة دراسية حول تأثير تقنية المعلومات IT على الـ ePM إضافة لبعض الأسئلة حول الفصل.

ونصل إلى الفصل الثالث الذى حمل عنوان **الإدارة الإلكترونية** ePM **مقابل الإدارة التقليدية** CPM **للمشاريع** ePM Versus conventional Project Management: إن إحدى أهم الحوافز على تطبيق الـ ePM هو أن المكان (مكان المشروع) لن يكون حاجزًا لاختيار العاملين فى المشروع، مع ذلك فإن أهم الاعتبارات لعضوية فريق العمل الافتراضى هو المهارات التقنية التى يتطلبها المشروع، ومقدرة عضو الفريق للعمل افتراضيًا، إذ إنه نادرًا، أو قد لا يتمكن أبدًا من رؤية نظرائه فى الفريق أو مقابلة مدير المشروع وجهًا لوجه طيلة مدة المشروع (ص ٧١). فى هذا الفصل يتناول المؤلف أهم الفروقات بين أسلوبى إدارة المشاريع التقليدى والإلكترونى من وجهات نظر مختلفة كتوزيع أو تعيين موارد المشروع البشرية (ص ٧٩-٨٢)، وأهم المكونات التكنولوجية لـ ePM من كمبيوتر وشبكات حاسوبية محلية ودولية وشبكات اتصالات خلوية ولاسلكية التى تسمح للفريق الافتراضى العمل بفعالية وكفاءة أكثر (ص٨٣-٨٦)، ولقد بيّن المؤلف المراحل الأربعة الأساسية للإدارة التقليدية للمشروعات وهى: تعيين أو تعريف الهدف، التخطيط، التنفيذ، والتسليم. ومن ثم أورد المراحل السبعة لهذه الإدارة حسب منهجية معهد إدارة المشاريع (الأمريكى) (PMBOK-PMI) وهى: التعيين، إدارة المعرفة (الخاصة بالمشروع)، التخطيط، إدارة التغيير، التنفيذ، إدارة المخاطر والتسليم. (ص ٩٣-١٠٤). ثم تحدث عن أهم ميزات الإدارة

الإلكترونية ePM كونها إدارة تعتمد على تقنية الويب، وتركز على المواءمة أكثر من تركيزها على أسلوب الأمثلية وذلك على عكس الإدارة التقليدية للمشاريع The ePM way: Adaptation versus Optimization (ص ١٠٥-١١٢). وفى نهاية الفصل أورد المؤلف جدولاً يلخص فيه خصائص وميزات كل من الأسلوبين جدول (٣-١) (ص ١١٣)، من حيث المراحل التى يمر بها كل أسلوب ومحتواه.

ويحمل الفصل الرابع عنوان: **عملية إدارة المشروع إلكترونيًا** The E-Project Management Process فى هذا الفصل يبن المؤلف أن معظم الشركات قد بدأت التركيز على بناء قاعدة معطيات المشروع مخزنة، ولكن الأكثر أهمية من ذلك هو تطبيق إدارة المعارف Knowledge management لعملية الإدارة الإلكترونية للمشروع. فلكى نضمن نجاح إدارة المشروع إلكترونيًا ونجاح مديرى المشاريع عامة يجب أن نطبق أو نستخدم إدارة معارف حيوية أو فعالة وشفافة إلى درجة كبيرة فى المشروع (ص ١١٩). إن التركيز على النتائج الفعلية فقط يجب ألا يكون هو المعيار الوحيد، وإنما تجب المقارنة مع الأهداف التى تم وضعها مسبقًا (ص ١١٥-١٢٥) مثلاً: من الممكن أن يتم تسليم المشروع فى الوقت والميزانية المحددتين، ولكن إذا كان ذلك لا يلبى نطاق المشروع، أو أن الهدف المحدد لا يحل المشكلة، فهل هذا يعتبر نجاحًا حقيقيًا للمشروع ؟ هذا ما يجب التركيز عليه. وتكلم المؤلف عن هيكلية وبنية فرق المشروع وتماسك بناء الفريق وآلية التحسين (ص ١٣٥- ١٤٧). فلكى تكون مديرًا ناجحًا لمشروع فى القرن الواحد والعشرين، يجب أن تكون قابلاً للتحسين بشكل مستمر. وأورد المؤلف مواصفات الإدارة أو المدير الجيد وعلى رأسها التكيف مع اهتمامات فريق العمل، تحمّل ضغوط العمل، إدراك شعور الناس، عدم اعتبار الأمور الشخصية فى العمل ... (ص ١٤٨-١٥٤). وفى نهاية الفصل أورد المؤلف ثلاث حالات دراسية مع الأسئلة فى نهاية كل حالة (ص ١٥٦-١٦٤).

الحالة الأولى: نظام اختبار ضواغط المكيفات.

الثانية: دليل الإدارة الإلكترونية للمشاريع: القواعد العامة والمسؤوليات.

الثالثة: الهيكلية التنظيمية على أساس المشروع، التغيرات التنظيمية والتركيز على العميل.

الفصل الخامس عنوانه: **أساليب للمحافظة على سير المشروع إلكترونيًا** Techniques for Keeping an E-Project on course: لكى تكون اليوم ناجحًا فى عالم الأعمال، الذى يتسم بالمنافسة الشديدة، يجب على الـ ePM تسليم النتائج (المشروع) فى الوقت والميزانية المحددتين. هذا الفصل يزود القارئ بالمعارف اللازمة لقيادة المشروع إلكترونيًا والحفاظ عليه سواء أكان صغيرًا أم كبيرًا حتى إغلاقه بشكل ناجح، وذلك من بداية المشروع بشكل فعّال إلى تحضير الفريق الافتراضى للمشروع للتغلب على مشاكل تباعد المسافات واختلاف المناطق الزمنية (ص ١٦٥). ويشرح المؤلف بالتفصيل كيفية إعادة تقييم الخطة ومعالجة عدم التأكد، من خلال وضع نقاط المشروع الرئيسية Project Mile-stones والمخاطر المتوقعة وتخمين القيود المفروضة على المشروع ومعالجة مسألة عدم التأكد (ص ١٦٦-١٧٦). كما يناقش عملية مراقبة المشروع ومتابعة التقدم فيه والتى تعتبر أساسية بالنسبة لـ ePM. ويكون ذلك بمقارنة التكاليف المقدرة والفعلية، والزمن المقدر مع الفعلى وبالتالى معرفة انحراف كل من التكلفة والمدة (ص ١٧٦-١٨٢).

ويورد المؤلف فى هذا الفصل كيفية تشكيل مكتب إدارة المشروع الافتراضى Virtual Project Management Office، وهنا أورد المؤلف جدولاً تفصيليًا بالمتطلبات التقنية الدنيا لتشغيل إدارة المشروع الافتراضى والتى تتكون من:

- ePMO مكتب الإدارة الإلكترونية للمشروع.
- ePM manger مدير إدارة المشروع.
- مستخدم منفصل أو منعزل (خارج الشركة الأم) Remote user.
- مستخدمى فرعى Remote branches (ضمن هيكل الشركة نفسها) (ص ١٨٣-١٨٥).

كما أورد المعايير المستخدمة لتقدير واختيار الخدمات والمنتجات للفريق الافتراضى أو للإدارة الإلكترونية للمشاريع وتشمل:

السعر Price، الدعم والمساندة Support، إمكانية التحديث أو الترقية up-dates، الأمان Security، سهولة الاستخدام Easy to use، التكامل التقنى والتنظيمى Tec. & Org. Integration، توزيع النظام وانتشاره System Distri-bution، شكل (٥-٨) (ص١٩٧-١٨٤). وفى نهاية الفصل أورد المؤلف حالة دراسية عن مجموعة لودر Lodir للاتصالات.

ونصل إلى الفصل السادس بعنوان **أدوات تحكم أو ضبط إدارة المشروع الافتراضى** Virtual Project management Controls: بوصفك مديرًا لمشروع أو مديرًا تنفيذيًا لمشروع افتراضى، يجب أن تدرك أن نجاح المشروع يتم قيادته والتحكم به من خلال نجاح كل نشاط أو مهمة تجدولها وتنفذها فى المشروع، وخاصة فى الـ ePM إذا حافظت على التوجيه المُحكم والسيطرة على تفاصيل المشروع فإنك سوف تُكافئ بربحية وقدرة تنافسية كبيرة (ص ٢٠٣-٢٠٤). ويورد المؤلف فى هذا الفصل أسلوب منظومى أو منهجى فعَّال لسيطرة الإدارة الإلكترونية للمشروع والتى تشمل: تعريف وتعيين الخطة الأساسية للمشروع e-project baseline، وتقارير تقدم العمل، والأفعال التصحيحية للانحرافات (فى الخطة وغيرها)، وإدارة موارد المشروع إلكترونيًا (الجهاز البشرى والآلى، معدات الاتصال والإنترنت، تطبيقات برمجية، المواد) (ص ٢٠٥-٢١١). ثم يبين المؤلف كيفية قياس النتائج إلكترونيًا بمقارنة الوضعية الفعلية مع المخطط لها، وهنا يدخل المؤلف بتفاصيل العلاقات الحسابية المستخدمة فى إدارة المشاريع كحساب ما يُسمى بالقيم المالية للمشروع Project Earned Value أثناء التنفيذ وبيّن ذلك تخطيطيًا (ص٢١١-٢١٧). ويعطى المؤلف لمحة عامة عن التقنيات المستخدمة فى إدارة المشاريع للسيطرة على المشروعات كطريقة برت والمسار الحرج PERT & CPM analysis (ص ٢١٧-٢٢٨)، وأوضح كيفية استخدام طريقة المسار الحرج ومخطط المستقيمات Bar -Gantt Chart وذلك باستخدام برنامج Ms-Project وإكسل. وفى نهاية الفصل يعرض المؤلف حالة دراسية تتعلق بموضوع الفصل (ص ٢٣٠-٢٣٢).

وفى الفصل السابع الذى حمل عنوان: **الأدوات الإلكترونية للسيطرة على النوعية أو الجودة** E-Tools for Quality Control يناقش المؤلف الأدوات المتوافرة فى السوق للسيطرة على النوعية فى المشاريع، إضافة لبعض الخصائص أو الميزات التى يجب الانتباه إليها. ولكن يمكننا القول ببساطة أن أدوات السيطرة على النوعية اليوم ليست كافية كما يجب (ص ٢٣٣). إذ إن العديد من مديرى الـ ePM يلجئون إلى الأسلوب اليدوى للتحكم والسيطرة كأنظمة التدقيق والإثبات أو التحقق، ولكن ذلك يعتبر ميلاً إلى الخطأ، وهو مكلف وبطىء، وهو ما يضيق من أفق تشغيل المشروع. والخيار الأفضل لمديرى الـ ePM هو تكييف أدوات إلكترونية e-Tools للتحكم بنوعية المشروع بنظام المؤتمت أو الآلى المعيارى Standardized, Automated System. من المهم جداً معرفة أو تقييم ما تم التوصل إليه (تحقيقه) بدقة، وما يمكن أن نتعلمه للزمن القادم. ويوضح المؤلف هنا ويذكر بعض الأدوات الشائعة المستخدمة للتحكم بالمشروع مثل Work Breakdown Structure -WBS بنية تقسيم المشروع، والمسار الحرج CPM أو طريقة برت PERT للجدولة والتحليل الزمنى وغيرها. وهذه الأدوات المعروفة جيداً فى الصناعة عامة والصناعة الإنشائية خاصة هى مثالية للاستخدام فى بيئة إدارة المشروع الافتراضى (ص ٢٣٤-٢٤٤).

وتعتبر النوعية أو الجودة هى مركز ثقل مثلث المشروع الشهير التى تمثل فيه الزمن، والتكلفة، والهدف (الغاية من المشروع أو نطاق المشروع) رؤوسه. بعد ذلك يناقش المؤلف بالتفصيل كيف يمكن استخدام WBS وCPM وPERT للتحكم بنوعية التخطيط (ص ٢٣٤-٢٤١). ثم يناقش المؤلف أسلوب عملى للسيطرة على النوعية مثل: اختبار السيطرة على النوعية المستند على الهدف وقياسات المشروع المتطورة Project metrics (ص ٢٤٣). ومن ثم يعرض مفصلاً للأسلوب المسمى Balanced Scorecard Approach من قياسات منظومية لـ CPM أو للمسار الحرج فى المشروع.

ونصل إلى الفصل الثامن: **تكامل السرعة، التغيير، والإبداع الكلى مع الإدارة**

الإلكترونية للمشاريع: Integrating Speed, Change and Radical Innovation with ePM يحاول المؤلف فى هذا الفصل تقديم الإجابة حول العديد من الاحتياجات الخاصة بإدارة المشاريع الافتراضية ولتحسين وتأهيل المهنيين أو المختصين والعاملين فى مجال منظمات المشاريع الافتراضية، وإدارة النوعية أو الجودة والتحكم بها، وإدارة الفرق الافتراضية (ص ٢٧٤). ومن المسائل الأساسية التى يناقشها هذا الفصل: مسائل التدريب المستمر، وإعادة تدريب مديرى المشاريع والقادة الافتراضيين والعاملين فى سبيل تأمين المهنيين والمختصين. فمن المعلوم أن مهنة مدير المشروع الافتراضى ePM أو VPM هى مهنة جديدة من بين العديد من المهن الجديدة أو الطارئة فى عصر المعلومات والمعرفة. إن مسألة التغلب على إدارة المشروع عن بعد Distance Project Management تصبح اليوم فرصة وتحديًا فى نفس الوقت بالنسبة لمديرى المشاريع، ويتطلب الأمر إلمامًا بإدارة المعرفة وبتطبيقات إدارة المشاريع بآن واحد (ص ٢٧٣).

هنا يذكر المؤلف كيف يمكن أن تكون مديرًا فعالاً لمشروع افتراضى، ويتكلم عن البيئة النموذجية لإدارة المشاريع الافتراضية، وتطوير وإدارة الفرق الافتراضية وأهمية عامل التدريب فى ذلك (ص ٢٧٤-٢٧٨). ويعود المؤلف ليوضح كيفية اختلاف الفريق الافتراضى عن مثيله التقليدى ويناقش هذا الأمر مفصلاً من وجهات نظر مختلفة أهمها المشاركة، التنظيم، التنسيق، الأمان، والتدريب وتقييم النتائج (ص ٢٧٨-٢٨٠). ثم يناقش كيفية توزيع وقت العمل وفقًا للوظيفة، ويتكلم بإسهاب عن أنواع الفرق الافتراضية وذلك اعتمادًا على عاملين أساسيين هما: المكان والزمان، وأهم هذه الفرق: Local - محلى (وقت ومكان واحد)، International - دولى (مكان مختلف، ووقت واحد)، Interactive- متفاعل (نفس المكان - ضمن الدولة نفسها -، وقت مختلف)، Collaborative - متعاون أو متشارك (المكان والزمان مختلفين) (ص ٢٨١-٢٨٩).

كما يورد المؤلف أهم العوامل المؤثرة فى الفرق الافتراضية وهى تتنوع من التقنية والاقتصادية إلى الأفضلية، والتنافسية والمهنية والأداء. ويورد تصنيفات أخرى للفرق الافتراضية اعتمادًا على عدة عوامل كثبات عضوية الفريق، إلى

درجة الانتظام، وسلطة القرار والتعقيد ... وتكامل النوعية مع الـ ePM. ويعرض فى نهاية الفصل حالة دراسية حول القيادة المتقدمة ومن ثم أسئلة للمناقشة (ص ٣٠٦-٣٠٩).

وفى الفصل التاسع: **مكتب الإدارة الإلكترونية للمشروع** The ePM Office يتحدث المؤلف عن ضرورة وجود ما يُسمى بمكتب الإدارة الإلكترونى ePM Office للمشاريع الافتراضية خاصة فى المنظمات والشركات الضخمة والمنتشرة مشاريعها ومكاتبها حول العالم؛ إذ إن العديد من أعضاء فرق العمل أو المشاريع الافتراضية متباعدون جغرافيًا خاصة فى الفرق الدولية منها. وعلى الرغم من أن هذا المكتب ليس له دور رئيسى فى تكوين وتعزيز الفرق الافتراضية هذه، ولكن على ما يبدو أن دورهم الأساسى هى تمكين هذه الفرق الافتراضية من العمل بفعالية أكثر وكفاءة عالية (ص ٣١١). لذا يجب تحديد الغايات والوظائف الأساسية لـ: ePMO ويكون ذلك بتطوير هيكل يبين وظائف هذا المكتب. ويجب على مكتب ePMO دعم ومساندة الوظائف التالية: إدارة المشروع، سير عملية إدارة المشروع، بعد أو انعزال مواقع المشروع Remote project sites، خطط اتصالات المشروع. ثم يبين دور مكتب إدارة المشروع والحاجة إلى مكتب إدارة المشروع PMO (ص٣١٢-٣١٨). إضافة إلى التحديات فى تطوير السياسات والإجراءات الخاصة بـ: PMO (ص ٣١٨-٣١٩). ثم يعدد ميزات ومتطلبات PMO ويحدد المراحل الأربعة لسياسة التطوير هذه (ص ٣١٩-٣٢٠) والوظائف الأساسية لـ PMO (ص ٣٢٥). والمراحل الأربعة هى: التأسيس، البداية مع عدد قليل من فريق العمل، توزيع الأدوار والتطوير والتنظيم، الدعم والتحسين لـ: PMO. ثم يورد أفضل التطبيقات لنشاطات PMO وهى المحافظة على البساطة، التركيز على القيمة، التخطيط، المحافظة على الأمان، التنفيذ والاتصالات (ص ٣٢٨-٣٣٠). ثم يذكر المؤلف الأشياء التى يجب تجنبها فى هذه الحالة، أو هى نصائح عامة للمديرين مثال: لا تفعل كل شىء دفعة واحدة، لا تماطل، لا تنسى مفتاح أو أهمية الدعم والمساندة، لا تطلب قبل أن تقدم، لا تعمل فى الفراغ، الكلمة النهائية للنجاح (ص ٣٣٠-٣٣٢).

ومن ثم يعرض المؤلف لبيئة وظروف مكتب ePMO وتشكيل ePM ويستعرض البنية الأساسية لـ ePMO التى تعتمد أساسًا على الاتصالات (ص ٣٢٣-٣٤٠). ويورد نموذجًا طورته شركة Gartner Group لمكتب إدارة المشروع إلكترونيًا: ePMO. ويعتمد هذا النموذج على خمسة أهداف أساسية أو متتالية لـ ePMO (ص ٣٢٣) وهى:

- تقنية نموذجية إستاندرد.
- تقييم الموارد.
- تخطيط المشروع.
- إدارة المشروع.
- تحليل وتقييم المشروع.

وفى نهاية الفصل أورد المؤلف كالعادة الحالات الدراسية، وهى هنا فى هذا الفصل أربع إضافة إلى أسئلة مناقشة كل حالة. وتناقش هذه الحالات التركيز على القيمة، تقليل الزمن فى السوق لأجل أفضلية المنافسة ... (ص٣٤٠-٣٤٦).

ونصل إلى الفصل العاشر بعنوان: **المشاريع المتزامنة وإدارة التغيير** Concurrent Project and Change Management إن تخطيط المشاريع المتزامنة Concurrent project planning توضع فى أساس نجاح إدارة المشاريع، إذ إن تخطيط جودة المشروع تُمكّن مديرى المشاريع من استنتاج المعلومات المفيدة لاتخاذ القرار من أجل تحقيق أهداف المشروع والمتمثلة بالأمان والزمن والميزانية. إن تخطيط المشاريع المتزامنة الصغيرة يمنع أو يعوق إدارة المشروع من استخدام عملية أو منهج التحليل للوصول إلى الأهداف.

إن غاية هذا الفصل الأساسية هو تسليط الضوء على مفهوم ومعارف إدارة المشاريع المتزامنة، وإدارة المشاريع الكبيرة mega projects أو عدة مشروعات مع بعضها البعض multiple projects، إذ يوضح المؤلف أنه يمكن الحصول على البداية فى هذه المعارف، وكيف يمكن تطبيق تقنيات إدارة المشاريع المتزامنة

(ص ٣٤٦). ثم يعرض المؤلف لأهمية إدارة التغيير فى إدارة المشاريع المتزامنة ويستعرض مبادئ إدارة التغيير الاثنى عشر ضمن الجدول (١٠-١) (ص ٣٥٥). ومن ثم ينتقل للحديث عن الثقافة التنظيمية للعاملين فى منظمة الأعمال، ويطرح هنا العديد من المسائل ويناقشها. مثال: كيف تتشكل الثقافة داخل المنظمة (والكل يدرك من المديرين أن هذه الثقافة هى مفتاح النجاح والفشل)، ولماذا تكون الثقافة مهمة حقًا اليوم، ولماذا من الصعوبة بمكان تغيير الثقافة داخل المنظمة (ص ٣٦٠-٣٦٨). ومن ثم يطرح أسلوبًا للتغير الثقافى فى المنظمة والمسمى بأسلوب كارتر Carter approach والذى يتكون من أربع مراحل. وقبل أن ينهى الفصل بالحالات الدراسية يعطى خاتمة للفصل وللكتاب عن التغيير الفعَّال وأهميته فى حياة منظمات وشركات الأعمال. ومن الجدير بالذكر أن التغيير الثقافى الملحوظ والممكن تحقيقه وإدراكه يحتاج إلى وقت، وهذا ما يجب أن ندركه ونفهمه. والتغيير يكون عادة على المدى الطويل، ويتطلب وقتًا وصبرًا لا بأس بهما. وأخيرًا يورد المؤلف الحالات الدراسية التى تتكلم عن تسريع التغيير الثقافى الذى طرحه فى هذه الفصل.

رؤية نقدية للكتاب:

لقد حدد المؤلف رسالة الكتاب منذ اختياره للعنوان الذى يعبّر بقوة عن عالم المشاريع اليوم. والكتاب منسجمًا إلى درجة كبيرة مع روح العصر، لا بل يضع قدمًا له فى المستقبل، الذى بدأت ملامحه الأولى بالتشكل. وعليه يمكن تسجيل **أهم مزايا** الكتاب:

أولاً: يأتى الكتاب تلبية ومواكبة للتطورات الكبيرة التى أصابت وما زالت تصيب عالم الأعمال والمشاريع اليوم، وخاصة ما يتعلق بإدارتها. وعليه فإن اختيار العنوان كان موفقًا جدًا من حيث إعطائه صورة واضحة عن عالم إدارة المشاريع فى الوقت الحاضر. فتعبير الافتراضى Virtual من أكثر التعابير أو المفاهيم تداولاً فى الوقت الحاضر. وهو يدل على إمكانية محاكاة Simulation العالم الحقيقى باستخدام الحاسب الآلى، أو بمعنى أدق خلق عالم أو بيئة تماثل

الواقع وتحاكيها، كل ذلك يتم باستخدام برمجيات أو تطبيقات حاسوبية شتى. ومن ضمن هذه التطبيقات تأتى برمجيات إدارة المشاريع التى تسمح بمحاكاة المشروع زمنيًا وماليًا وتعيين موارده المختلفة ومتابعته زمنيًا وماليًا.

ثانيًا: يعتبر الكتاب من أوائل الكتب العلمية المتخصصة المنشورة فى هذا المجال، إن لم يكن أحسنها. فهذا الموضوع كان يأتى ضمن سياق كتاب يناقش إدارة المشاريع باستخدام الحاسب، كأن يخصص له فصل واحد. ولقد كان المؤلف موفقًا فى تبويب الكتاب ومناقشته للمسائل المطروحة، والتى تشكل وحدة متكاملة لا يمكن لأى مختص ومتابع فى هذا الميدان أن يستغنى عنها. فهناك شمولية فى الطرح، مع مناقشة مستفيضة للعديد من الأفكار والمواضيع الجديدة أو الوليدة.

ثالثًا: الكتاب موجّه لطبقة المديرين تحديدًا وليس للإدارات التنفيذية الدنيا، وعليه فهو يقدم المنهجية العامة، أو بالأحرى الخلفية العلمية أو النظرية اللازمة للمديرين، الذين ليس لديهم الوقت الكافى عادة للدخول فى بعض التفاصيل الإجرائية التى تتم على أرض المشروع. وهذا الكتاب يسدّ ثغرة فى الكتب المنشورة حول هذا الموضوع، باعتبار أن جُل ما كان يُنشر سابقًا كان موجهًا لمستوى الإدارة التنفيذية، أى للمهندس الذى يقوم بعملية تخطيط وجدولة المشروع ومتابعته ميدانيًا. ولذلك يعتبر من الكتب القليلة التى توجّه إلى المديرين فى هذا الحقل.

رابعًا: يطرح الكتاب العديد من المواضيع الجديدة، كما يتطرق إلى العديد من الأفكار مثال: فريق المشروع الافتراضى Virtual team، مكتب إدارة المشروع الإلكترونى Electronic Project Management Office -ePMO، ومراقبة جودة خطة المشروع إلكترونيًا بعيدًا عن الأساليب التقليدية باستخدام الأساليب الإلكترونية e-Tools.

خامسًا: باعتبار أن الكتاب يناقش موضوعًا حديثًا وعصريًا جدًا فلقد حفل بالعديد من المصطلحات والمفاهيم الجديدة والمستجدة؛ لذا فإن قيام المؤلف

بإيراد قائمة مُفصّلة بهذه المفاهيم مع شرحها بما يتناسب مع موضوع الكتاب يعتبر ميزة إضافية تسجل لصالح الكتاب. وهذا الأمر مهم جدًا، وذلك فى زحمة ظهور المصطلحات الجديدة وفوضى استعمالها دونما بيان معناها الدقيق فى سياق الموضوع المطروح، أضف إلى ذلك عدم ثبات العديد منها نتيجة التطورات الكبيرة فى عالم المعرفة أو الإنترنت اليوم. وهذا الأمر أيضًا مهم بالنسبة للقارئ غير المتابع للمستجدات العلمية فى هذا الحقل، إذ تمكّنه من تكوين فكرة صحيحة ومحددة وواضحة عن الموضوع المطروح، وخاصةً فى ظل الفوضى فى استخدام المصطلحات العلمية التى نشهدها اليوم.

سادسًا: لقد زود المؤلف كل فصل بحالات دراسية وأسئلة توضيحية حول المواضيع والأفكار المطروحة فى كل فصل مما يساعد القارئ على استيعاب جيد لما تم عرضه.

ومع كل تلك المزايا، فإن هذا لا يمنعنا من ذكر **بعض الملاحظات** حول هذا الكتاب.

أولاً: الكتاب كما يبدو من عنوانه والمواضيع المبحوثة فيه موجّه أساسًا لطبقة مديرى المشاريع. لذلك لن يجد القارئ العادى ضالته وخاصة طبقة المهندسين الذى هم فى المراتب الدنيا من مستويات إدارة المشاريع. إلا أنه يزيد من معارفهم فى هذا المجال، خاصة للذين لا يملكون أية معلومات عن هذا النمط من الإدارة الحديثة للمشاريع. فلقد أتى المؤلف على ذكر العديد من الأدوات والطرق المتبعة فى جدولة المشروع ومراقبته ومتابعة تنفيذه ولكن دونما عرض للتفاصيل الحسابية الأساسية لكى يكوِّن القارئ فكرة أوضح عن الموضوع المطروح. وكان من الممكن إيراد ذلك باختصار شديد دونما الدخول فى التفاصيل الجزئية. غير أن المؤلف فيما يبدو اعتبر أن القارئ على دراية بعلوم إدارة المشاريع. وعليه فإن الكتاب لا يضع بين يديك أدوات وأساليب تنفيذية لإدارة المشاريع باستخدام الحاسب أو عبر الإنترنت بل يزود القارئ كما أسلفنا بالخلفية النظرية لذلك. ومن جهة أخرى فإن الكتاب لا يمكّنك أو يساعدك فى

تعلم مهارة إدارة المشروع أو جدولته باستخدام الحاسب الآلى أو من خلال الإنترنت. وهو لا يطرح استخدم برنامج أو تطبيق حاسوبى محدد لإدارة المشروع، ولكن كل ذلك لا يقلل من أهمية الكتاب.

ثانيًا: لقد اعتمد المؤلف على بعض التطبيقات البرمجية الشائعة فى ميدان إدارة المشاريع باستخدام الحاسب وعبر النت أو الشبكة وأغفل ذكر بعضها. ولعل تركيزه على تطبيق واحد دون غيره يثير بعض الأسئلة عن الغرض من ذلك. فلقد ركزّ المؤلف فى معرض حديثه عن التطبيقات عبر الشبكة على برنامج بروجكت Ms-Project من إنتاج شركة مايكروسوفت العملاقة والمشهورة وهذا واضح من الأشكال التى أوردها لنوافذ الكمبيوتر العائدة لهذا البرنامج.

ثالثاً: على الرغم من أن المؤلف أورد الكثير من الحالات الدراسية فى نهاية كل فصل تقريبًا إلا أن هذه الحالات قد خلت تمامًا من الأرقام التى كانت من الممكن أن تضيف قيمة أخرى على صدقية هذه الحالات وأهميتها.

وختامًا نقول: إن قيمة الكتاب الكبيرة تأتى من كونه من أوائل الكتب المتخصصة، وأكثرها شمولية فى تناوله لموضوع عصرى جدًا، ألا وهو إدارة المشاريع عبر الشبكة الدولية دونما الحاجة للتواجد الفيزيائى، أو وجهًا لوجه، لأعضاء فريق إدارة المشروع. إذ أصبح من الممكن، لا بل من الضرورى جدًا، تشكيل فريق المشروع "الافتراضى" Virtual project team من مختلف بقاع الأرض، ومن أفضل المهارات المتوافرة فى هذا المجال. وهذه الميزة ما كانت لتتم لولا وجود تطبيقات حاسوبية وشبكة اتصالات دولية متطورة. وهذا الأمر سوف يسهم بالتأكيد فى تقليل كل من مدة المشروع وكلفته وزيادة نوعيته بما يلبى احتياجات ورغبات العميل. إن الكتاب بلا شك يُشكّلُ إضافة علمية مهمة وكبيرة، وهو جدير بالقراءة. كما نحبذ ترجمته إلى اللغة العربية ليستفيد منه الدارسون والباحثون والمهتمون بإدارة المشاريع من العرب.

أهم المراجع:

1- Cobb, Nancy. The Project Management Workbook. New York :McGraw-hill, 2003.

2- Davidow,William H., and Michael S. Malone. The Virtual Corporation : Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21 st Century, 1992.

3- Gilbert, Shayne. 90 Days to Launch: Internet Project on Time and on Budget. New York : Wiley,2001

4- Goncalves, Marcus. The Knowledge Tornado: Bridging the Corporate Knowledge Gap. Dublin: Blackhall Publishing, 2002.

5- McMahon, Paul E. Virtual. Project Management: Software Solutions for Today and the Future. New York: CRC Press,2000.

6- Gray, C., and E. Larson. Project management :The Managerial Process. New York :McGraw-Hill/Irwin,2003

7- Phillip, Joseph. IT Project Management :On Track from Start to Finish ,2d ed. New York :McGraw-hill,2004.

8- Project Management Institute. A Guide to the Project Management Body of Knowledge .Philadelphia.

9- Project Management Institute. People in Projects, Project Management Institute,2001.

10- Slader, R. Jac Welch on Leadership. New York: McGraw-Hill,2004.

بعض مواقع الإنترنت المختارة:

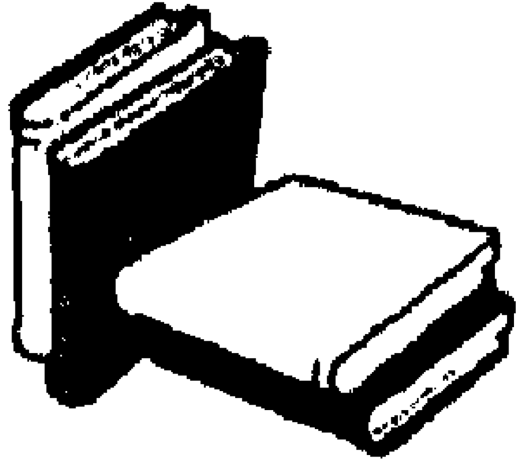
- http://www.wokteams.unt.edu/reports/bcooper.htm.

- http://www.Convera.com

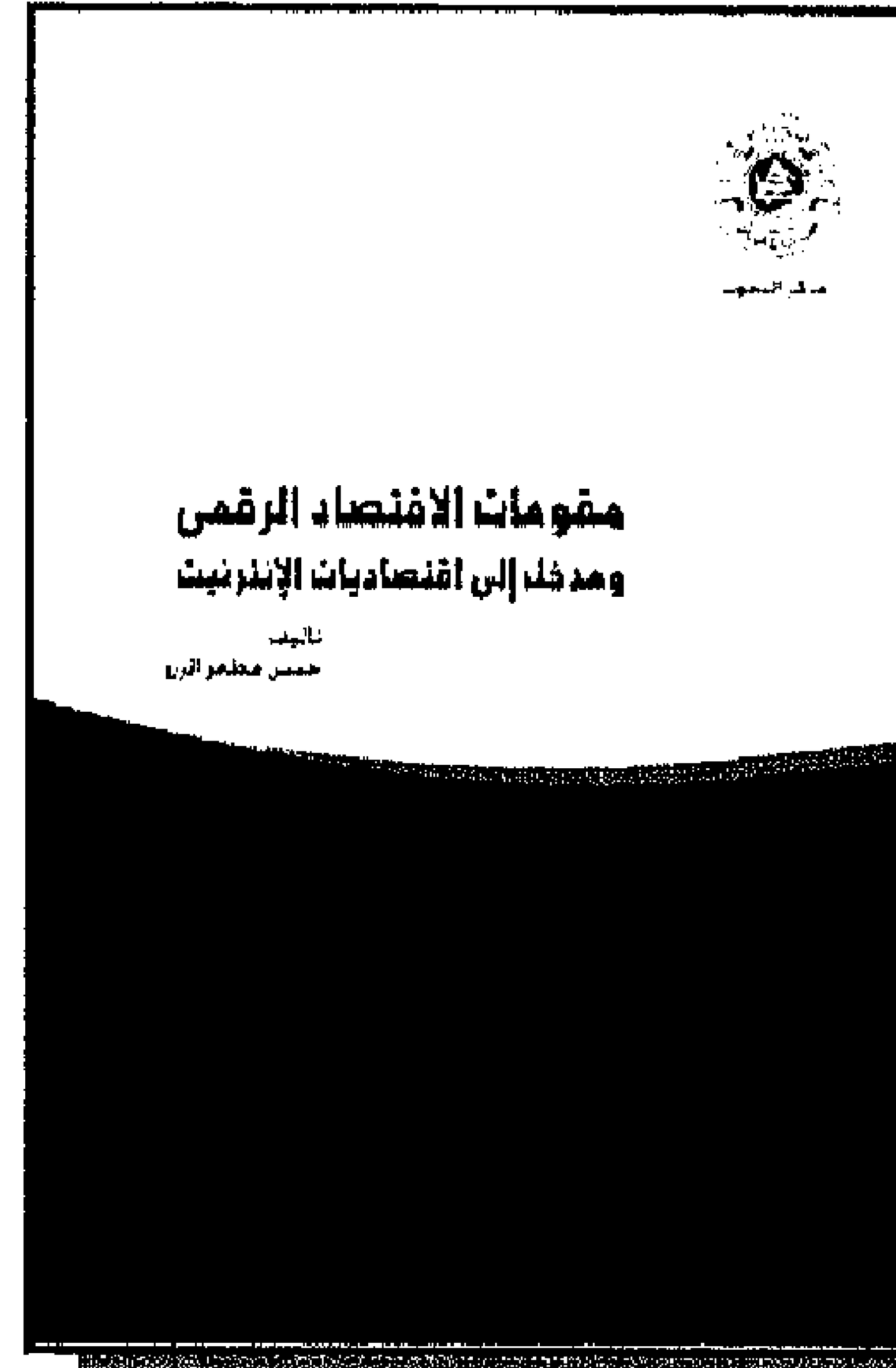
- www.247customer.com/newsandeventarticale-so.com

- www.IDA.ORG/IDANEW/RESEARCH/RESOMM.HTML

من الإصـدارات الجديدة للمعهد



كـــــتـــــاب



مقومات الاقتصاد الرقمى
ومدخل إلى اقتصاديات الإنترنيت

تـــألـــيـــف: حسن مظفر الرزو

الـنـاشـــــــر: معهد الإدارة العامة

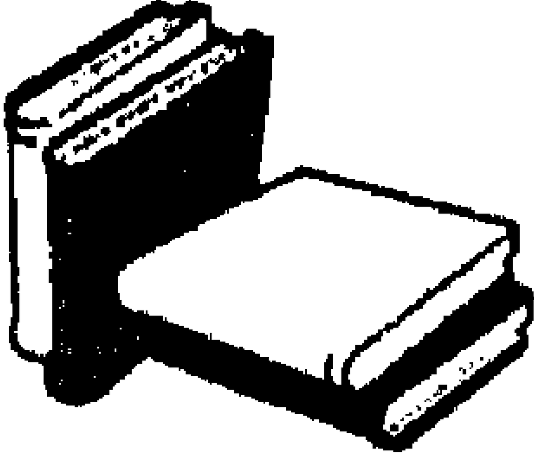
سنة النشـــر: ١٤٢٧هـ

عدد الصـفـحـات: ٤٠٨ صفحات

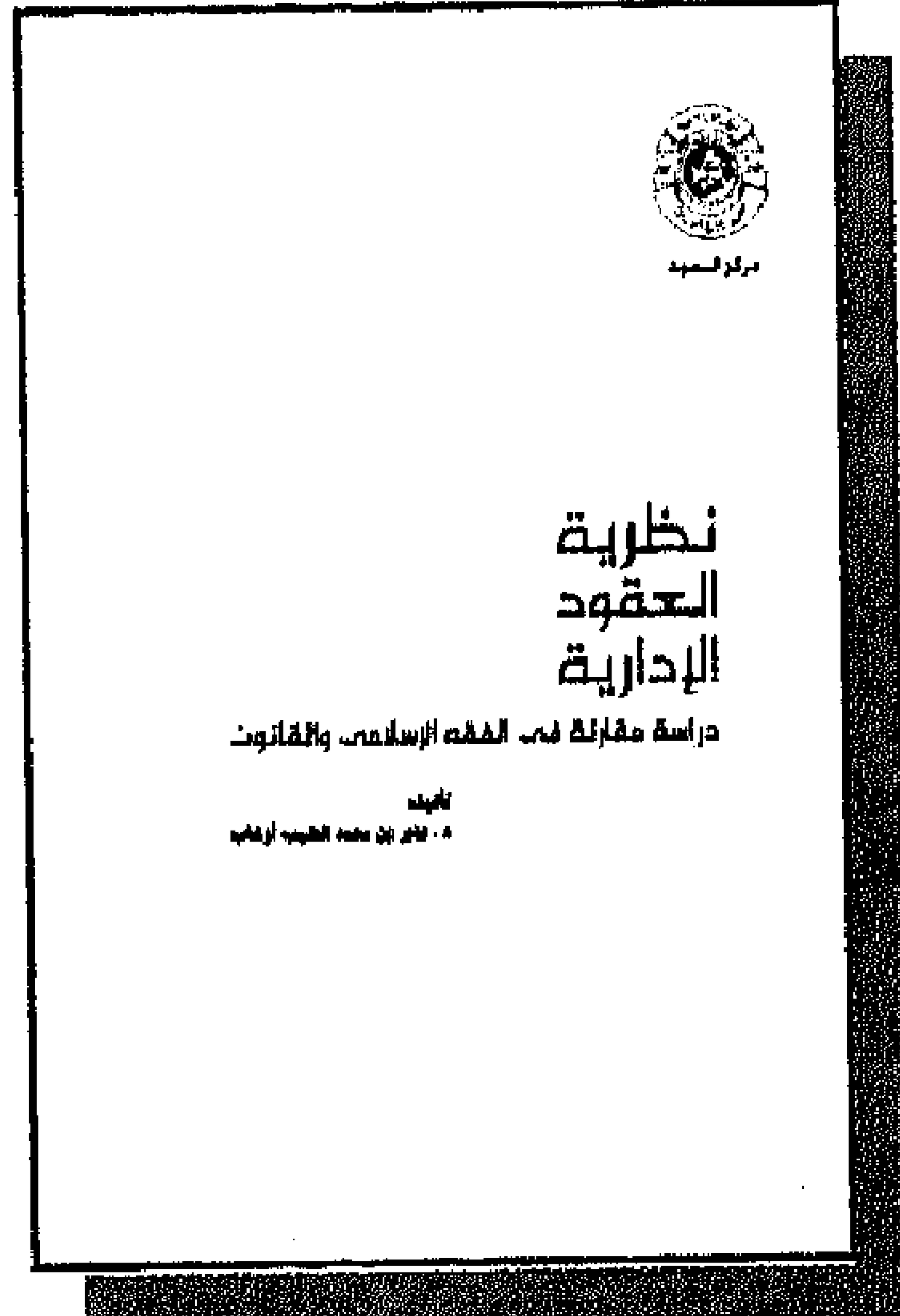
تناول فيه المؤلف مسألة مقومات الاقتصاد الرقمى واقتصاديات الإنترنيت، فى محاولة تهدف إلى ترسيخ فهمنا للإنترنيت بوصفها نظامًا اقتصاديًا بات يفرض نفسه بقوة على جل نسيج عالمنا المعاصر. وقد حاول معالجة مفهوم اقتصاد المعرفة وإدارة المعلومات من خلال منظور معلوماتى اقتصادى عربى تحدد من خلاله مرتكزات الاقتصاد الجديد وطبيعة التحديات التى تواجه العاملين بمنظومتى المعلوماتية والاقتصاد، مع توضيح أهم الخطوات العملية التى يمكن أن تسهم فى ازدهار الاقتصاد المعلوماتى الوطنى فى دائرة البلدان العربية التي تواجه منظوماتها الاقتصادية تيار العولمة الاقتصادية، وهو تيار يعمل على توظيف تقنيات شبكة الإنترنيت والاتصالات؛ لضمان سيادته المطلقة على جل الأنشطة العلمية والاقتصادية.

ويعد هذا الكتاب (الذى تفتقر إليه المكتبة الاقتصادية العربية فى هذه الأيام) محاولة جادة ستوفر للخبير الاقتصادى والقارئ العادى بيئة مناسبة لمطالعة المفاهيم الجديدة للاقتصاد الرقمى، مع تلمس سعى علمى رصين لبيان أهم المفاهيم التقنية ذات الصلة بالمنظومة الاقتصادية، لكى يتوافر للعاملين فى ميادين التجارة والأعمال مناخ مناسب لإعادة هيكلة تشكيل دلالات المفردات الاقتصادية والمحاسبية فى معجماتهم الاقتصادية التقليدية، بعد أن أفرزت تقنيات المعلومات المتمثلة فى الإنترنيت نموذجاً اقتصادياً جديداً سيسهم فى تغيير الكثير من عناصر المنظومة الاقتصادية السائدة فى بلداننا العربية.

من الإصدارات الجديدة للمعهد



كتاب



نظرية العقود الإدارية
دراسة مقارنة فى الفقه الإسلامى والقانون

تأليف: نذير بن محمد الطيب أوهاب

الناشر: معهد الإدارة العامة

سنة النشر: ١٤٢٧هـ

عدد الصفحات: ٢٧٢ صفحة

اعتنى علماء وفقهاء الشريعة الإسلامية عناية فائقة بالعقود الخاصة التى يبرمها الأفراد فيما بينهم، تأصيلاً وتفريعاً، فكان هذا التراث الضخم الذى بين أيدينا فى مختلف المذاهب، والاجتهاد المستقل، وبالمقابل لا تكاد تجد للعقود التى يبرمها ولى الأمر مستغلاً امتيازات السلطة من أجل تحقيق المصلحة العامة، مستخدماً القواعد العامة، إلا إشارات تحتاج إلى مناقيش لإخراجها من بين سطور بعض مؤلفات الفقه الإسلامى، على الرغم من وجود أصولها فى كتاب الله وسنة نبيه ﷺ، وقواعد الشريعة السياسة منها والعامة. وسبب ذلك يحتاج إلى بحث، فى حين بلغ القانون - وتحديداً القانون الإدارى - شأواً بعيداً فى هذا الشأن، ويأتى هذا الكتاب ليؤكد معرفة الفقه الإسلامى لهذا النوع من العقود التى اصطلح عليها بـ "العقود الإدارية"، مبيناً تأصيلها وخصائصها، ومعيار تميزها عن غيرها، والآثار المترتبة على إبرامها فى الحق المتعاقد والإدارة، وذلك فى ظل مقارنة بين الفقه الإسلامى، والأنظمة والقوانين الوضعية، والأحكام والقرارات الصادرة من ديوان المظالم، والمحاكم الإدارية فى مصر وفرنسا، وتطبيق ذلك على أحد أنواعها - عقد الامتياز - مع تمثُّل نموذج العقد النفطى.

قسيمة اشتراك

يرجى اعتماد اشتراكى فى الدورية لمدة :

☐ سنة واحدة ☐ سنتين ☐ ثلاث سنوات ☐ خمس سنوات

الاسم: ....

المهنة / الوظيفة: ....

العنوان: .... هاتف: ....

مرفق شيك مصدق بمبلغ (...............................) مقبول الدفع لمعهد الإدارة العامة،

الرياض، المملكة العربية السعودية، وهو يمثل القيمة عن مدة الاشتراك.

التاريخ: / / التوقيع: ....

تعاد هذه القسيمة إلى:

الإدارة العامة للطباعة والنشر، معهد الإدارة العامة - الرياض ١١١٤١ المملكة العربية السعودية

ملاحظة: فى حالة تغيير العنوان يرجى الإخطار بالعنوان الجديد.

PUBLIC ADMINISTRATION

Subscription Form

I would like to subscribe to your journal for:

☐ one year ☐ two years ☐ three years ☐ five years

Name: ....

Organization: ....

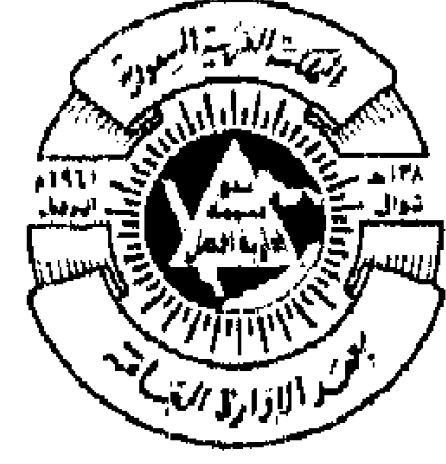
Address: ....

Please find a bank draft for $..............................., payable to the IPA, Riyadh, Saudi Arabia, in payment for this subscription.

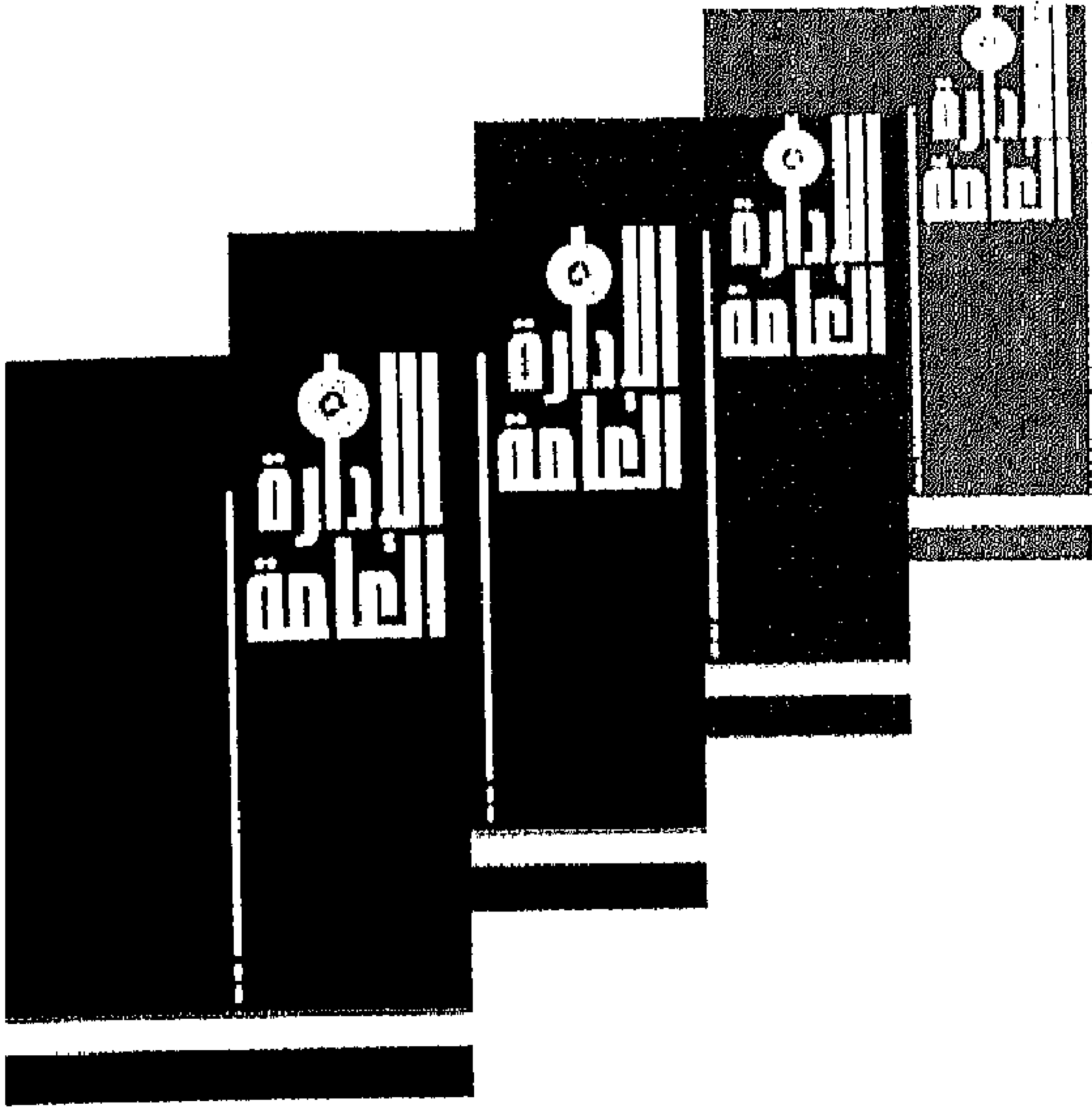
City .... State .... Zipcode: .... Telephone: ....

Date: .... /............... / 20 .... Signature: ....

Order Address: Institute of Public Administration, General Department of Printing and Publishing
Riyadh 11141 Saudi Arabia
Please notify if postal address changes.



مركز البحوث



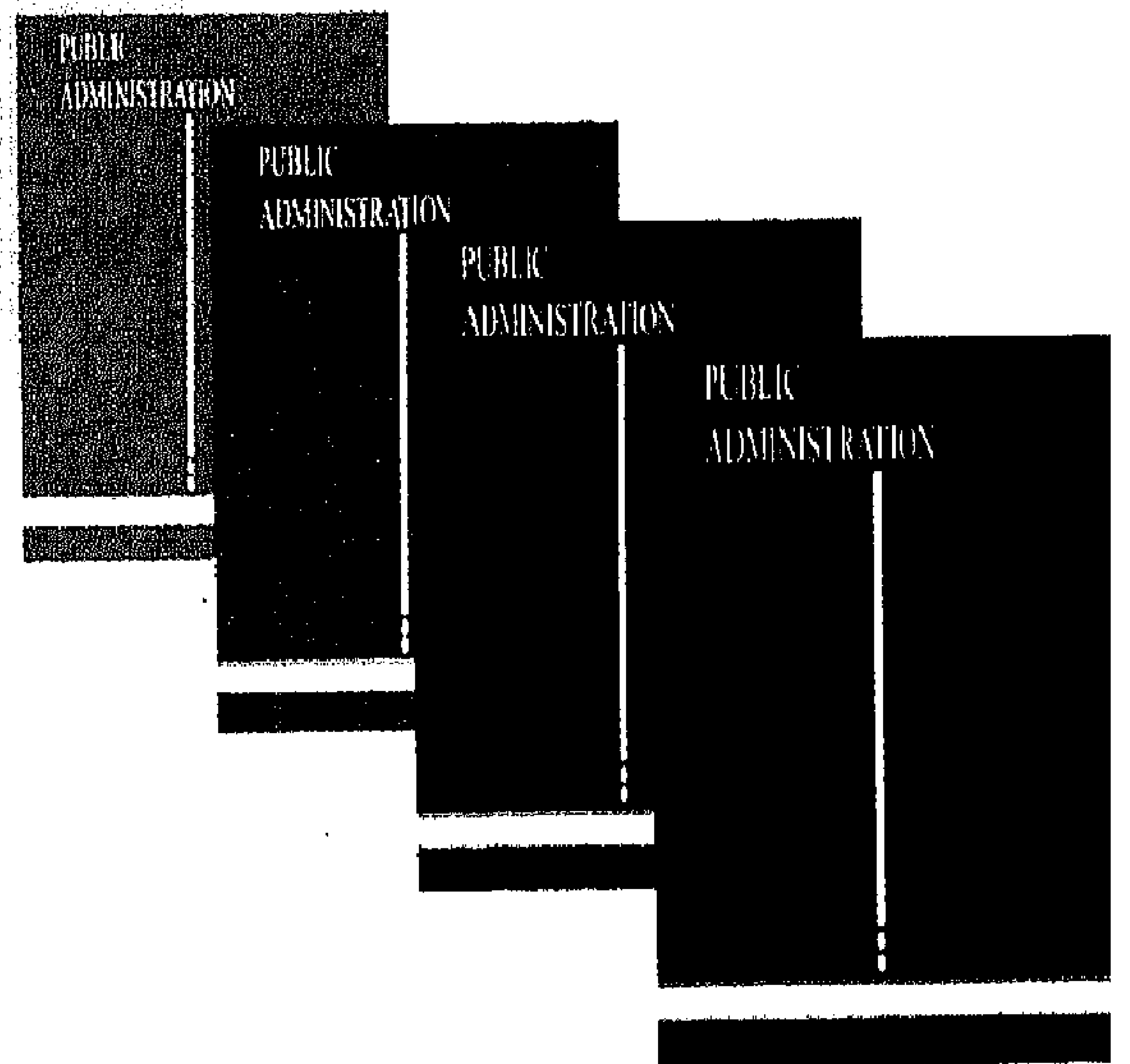
دورية علمية متخصصة ومحكمة

يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة

الرياض - المملكة العربية السعودية



Research Center



A professional Quarterly journal
published by
the Institute of Public Administration
Riyadh, Saudi Arabia

● ثمن العـــدد:

- فـى الـمملكة العربيـة السـعوديـة وبقيـة الـدول العـربيـة الأخـرى: ١٠ ريـالات أو ما يعادلها بالدولار.
- خارج البلاد العربية: ٤ دولارات.

● الاشـتراكات السـنوية:

الاشـتراكات	لمـدة سنـة	لمـدة سنتين	لمدة ثلاث سنـوات	لمدة خمس سنـوات
❖ الأفـراد:				
- فى المملكة العربية السعودية.	٤٠ ريالاً	٧٠ ريالاً	١٠٠ ريال	١٥٠ ريالاً
- فى البـلاد العـربيـة بالريال أو ما يعادله بالدولار.	٤٥ ريالاً	٨٠ ريالاً	١١٥ ريالاً	١٨٠ ريالاً
- فى البلاد الأخـرى.	١٦ دولارًا	٣٠ دولارًا	٤٤ دولارًا	٧٠ دولارًا
❖ المؤسسات:				
- فى المملكة العربية السعودية.	٨٠ ريالاً	١٥٠ ريالاً	٢٢٠ ريالاً	٣٥٠ ريالاً
- فى البلاد الأخـرى.	٢٨ دولارًا	٥٠ دولارًا	٧٤ دولارًا	١٠٠ دولار

توجه المراسلات المتعلقة بالاشتراك فى الدورية إلى العنوان التالى:

الإدارة العامة للطباعة والنشر، معهد الإدارة العامة - الرياض ١١١٤١، المملكة العربية السعودية
مدير عام الإدارة العامة للطباعة والنشر - هاتف: ٤٧٧٨٩٤٠
إدارة النشر - هاتف: ٤٧٤٥٢٨٦ أو ٤٧٤٥٤٥٦ - فاكس: ٤٧٤٥٥٤٢
E-Mail : publish@ipa.edu.sa

Research, studies and articles published in the Journal express the opinion of their authors and do not necessarily express the opinion of the Institute of Public Administration .

• Price Per Issue :

- Saudi Arabia and other Arab countries (10) Saudi Riyals or equivalent in U. S. Dollars .
- Other countries (4) U. S. Dollars .

• Subscriptions :

Subscription	One Year	Two Years	Three Years	Five Years
*** Individuals :**				
- Saudi Arabia	40 Riyals	70 Riyals	100 Riyals	150 Riyals
- Arab countries (or equivalent in U. S. Dollars) .	45 Riyals	80 Riyals	115 Riyals	180 Riyals
- Other countries	16 U. S. Dollars	30 U. S. Dollars	40 U. S. Dollars	70 U. S. Dollars
*** Institutions :**				
- Saudi Arabia	80 Riyals	150 Riyals	220 Riyals	350 Riyals
- Other countries	28 U. S. Dollars	50 U. S. Dollars	74 U. S. Dollars	100 U. S. Dollars

* Correspondence for subscription should be addressed to :
General Department for Printing and Publishing
P. O. Box 205, Riyadh 11141, Saudi Arabia.
* Publication Department Tel. : 4745456 - 4745286 - Fax : 4745542
E-Mail : publish@ipa.edu.sa

Abstract

Objective Criminal Protection of Privacy in Egyptian Legislation (Supported by Law Evidence).

Dr. Nehad Faroq Abbas

This research examines internet crimes that influence individual private life. The study analyzes the civil law texts which deal with internet crimes, and relate these texts to the Shariah in quest for a prospect of authentication of such laws within Shariah.

This research conclues that criminal law, which protects individual private life needs a continuous updating that responds to the davelopment in crime techniques. In this respect, the research proves that the Shariah has preceded the civil law in endorsing laws that protect various aspects of individual privacy. Nevertheless, developing new legislations that protect private life from innovatd violations is an urgent need. Legislation texts must be well-articulated to combat the meticulous internet crimes.

Abstract

Managerial Behavior Determinants in Selection of Accounting Policies in Light of Positive Theory Empirical Study in Jordanian Corporations.

Dr. Moayad M. Al-Fathal

This study emerges from researcher's ideation that the differences in environmental factors -- which distinguish the ideology, behavior, attitudes and culture of one society from those of another -- have explicit effect on management motivation's difference in the selection of accounting policies. On that basis, the researcher has expressed the problem of his current study in the two following questions:

1- Are the positive accounting theory hypothesis valid in explaining and interpreting the economical motives for selection of accounting methods and policies?

2- Are these motives different among corporations with a difference of shares concentration rates in the corporations board of directors?

Ultimatly, the researcher has studied this problem by using four essential hypotheses. The first one concerns managerial incentives and rewards, The second hypothesis deals with political costs. The third hypothesis is concerned with stock concentration rate effects. The fourth concerns the effect of share concentration level.

By using 2004 data of 74 corporations, the results do not strongly support the study's hypothesis of positive theory.

Abstract

Factors Influencing Marketing Orientation in Small Businesses

Dr. Ahmed A. AlShumaimri

This study aims at inspection of the application of the Marketing Orientation (MO) concept in small businesses. To accomplish this objective, a conceptual model is developed, which includes two key concepts, namely attitude of the small business management towards MO and behavior of the small business which reflects MO.

The study includes two main parts, the theoretical base and the empirical work. The first part includes MO literature review and the research model. The model suggests that attitudinal marketing orientation is determined by management characteristics, behavioral marketing orientation and contextual variables, and that business performance is determined by behavior marketing orientation and other relevant variables. In addition, behavior is affected by a number of factors. Therefore, these factors have been divided into two groups: factors related to the internal environment of the small business, and factors related to the external environment.

The second part of the study discusses field research which is conducted on 168 small businesses in Riyadh city. The main results of this study indicate that among the management characteristics proposed to influence attitudinal marketing orientation, manager education, marketing background, and managerial objectives are found to be significant. In addition, the results indicate that attitudinal marketing orientation, business constraints, employee's related variables, and the simple construct of communication in a small firm influence the behavioral marketing orientation. On the other hand, behavioral marketing orientation, business constraints, and the aims of the manager are found to be significant determinants of business performance.

CONTENTS	Page

PUBLIC ADMINISTRATION

- Volume Forty Six
- Issue Number 1

*** Correspondence:**

Correspondence Concerning editing should be addressed to:
Editor, *Public Administration*, Institute of Public Administration,
P. O. Box 205, Riyadh, Saudi Arabia.
Fax: 4792136

بسم الله الرحمن الرحيم

PUBLIC ADMINISTRATION

A Professional Quarterly Journal
published by
The Institute of Public Administration,
Riyadh, Saudi Arabia

ISSN : 0256 - 9035

CONTENTS :

● Volume Forty Six ● Number 1 ● Muharram 1427 ● Feb. 2006

PUBLIC ADMINISTRATION

A Professional Quarterly Journal
published by
the Institute of Public Administration,
Riyadh, Saudi Arabia

CONTENTS :

● **Volume Forty Six** ● **Number 1** ● **Muharram 1427** ● **Feb. 2006**

ص. ب. ٢٠٥ – الرياض ١١١٤١

تم التصميم والإخراج الفنى والطباعة فى الإدارة العامة للطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة ١٤٢٧هـ